ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆ

(ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳದ ಅಧ್ಯಯನದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ)

ಡಾಕ್ಟರ್ ಆಫ್ ಫಿಲಾಸಫಿ (ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.) ಪದವಿಗಾಗಿ
ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯಕ್ಕೆ ಸಲ್ಲಿಸಿದ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧ

ಸಂಶೋಧಕ

ಪ್ರಕಾಶ ರಾವ್ ಎ.

ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರು

ಡಾ.ಎ.ಜಯಕುಮಾರ ಶೆಟ್ಟಿ
ಎಸೋಸಿಯೇಟ್ ಪ್ರೊಫೆಸರ್
ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ವಿಭಾಗ
ಶ್ರೀ ಧ.ಮಂ.ಕಾಲೇಜು (ಸ್ವಾಯತ್ತ) ಉಜಿರೆ

ಮೂಲಕ

ಡಾ. ಹಾ.ಮಾ.ನಾ. ಸಂಶೋಧನ ಕೇಂದ್ರ
ಶ್ರೀ ಧ.ಮಂ.ಕಾಲೇಜು (ಸ್ವಾಯತ್ತ) ಉಜಿರೆ

4522

ಮಾನ್ಯತೆ

ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ
ವಿದ್ಯಾರಣ್ಯ-ಹೊಸಪೇಟೆ

2012

ಪರಾಮರ್ಶೆಗೆ ಮಾತ್ರ

"ಸಿರಿಗನ್ನಡ" ಗ್ರಂಥಾಲಯ

ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ

ವಿದ್ಯಾರಣ್ಯ ೫೮೩ ೨೭೬

453

453

'[illegible]' ಗ್ರಂಥಾಲಯ.
[illegible] ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ. [illegible]

AKSHARA GRANTHALAYA
ACC.NO. 049345

453

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆ

(ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳದ ಅಧ್ಯಯನದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ)

ಡಾಕ್ಟರ್ ಆಫ್ ಫಿಲಾಸಫಿ (ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.) ಪದವಿಗಾಗಿ

ಗ್ರಂಥಾಲಯ,
ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ

ಸಂಶೋಧಕ

ಪ್ರಕಾಶ ರಾವ್ ಎ.

ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರು

ಡಾ.ಎ.ಜಯಕುಮಾರ ಶೆಟ್ಟಿ

ಎಸೋಸಿಯೇಟ್ ಪ್ರೊಫೆಸರ್

ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ವಿಭಾಗ

ಶ್ರೀ ಧ.ಮಂ.ಕಾಲೇಜು (ಸ್ವಾಯತ್ತ) ಉಜಿರೆ

ಮೂಲಕ

ಡಾ. ಹಾ.ಮಾ.ನಾ. ಸಂಶೋಧನ ಕೇಂದ್ರ

ಶ್ರೀ ಧ.ಮಂ.ಕಾಲೇಜು (ಸ್ವಾಯತ್ತ) ಉಜಿರೆ

ಮಾನ್ಯತೆ

ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ

ವಿದ್ಯಾರಣ್ಯ-ಹೊಸಪೇಟೆ

2012

635
RAN U

49345

ದೃಢೀಕರಣ ಪತ್ರ

ಶ್ರೀ ಪ್ರಕಾಶ ರಾವ್ ಎ. ಅವರು 'ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆ' (ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳದ ಅಧ್ಯಯನದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ) ಎಂಬ ವಿಷಯದ ಕುರಿತು ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ. ಮಹಾಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ನನ್ನ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಹಂಪಿಯ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ ವಿಭಾಗಕ್ಕೆ ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ. ಪದವಿಗಾಗಿ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿರುವ ಈ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ಈ ಮೊದಲು ಯಾವುದೇ ಪದವಿಗಾಗಿ ಸಲ್ಲಿಸಿರುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ದೃಢೀಕರಿಸುತ್ತೇನೆ.

ಡಾ.ಎ.ಜಯಕುಮಾರ ಶೆಟ್ಟಿ.
ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರು

ಸ್ಥಳ : ಉಜಿರೆ
ದಿನಾಂಕ : 15-02-2012

ಅಧಿಗ್ರಹಣ' ಗ್ರಂಥಾಲಯ,
ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ

ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ

'ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆ' (ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳದ ಅಧ್ಯಯನದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ) ಎಂಬ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯ ಈ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ. ಪದವಿಗಾಗಿ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ ವಿಭಾಗಕ್ಕಾಗಿ ಡಾ. ಎ. ಜಯಕುಮಾರ ಶೆಟ್ಟಿ ಅವರ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ್ದೇನೆ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ಪ್ರಬಂಧದ ಯಾವುದೇ ಭಾಗವನ್ನು ಈ ಮೊದಲು ಯಾವುದೇ ಪದವಿಗಾಗಲೀ ಅಥವಾ ಇತರ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗಾಗಲೀ ಬಳಸಿಕೊಂಡಿಲ್ಲ ಎಂದು ಈ ಮೂಲಕ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಿಸುತ್ತೇನೆ.

ಸ್ಥಳ : ಉಡುಪಿ

ದಿನಾಂಕ : 14-02-2012

ಪ್ರಕಾಶ ರಾವ್ ಎ.

ಸಂಶೋಧನ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿ

ಅನುಕ್ರಮಣಿಕೆ

ಕೋಷ್ಟಕಗಳ ಪಟ್ಟಿ

ರೇಖಾಚಿತ್ರಗಳ ಪಟ್ಟಿ

ಮೊದಲನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶ, ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಮತ್ತು ಸ್ವರೂಪ

ಮೊದಲನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶ, ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಮತ್ತು ಸ್ವರೂಪ

ಪ್ರಸ್ತಾವನೆ :

ತರಕಾರಿಗಳು ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದ್ದು ಗೆಡ್ಡೆ, ಕಾಂಡ, ರಂಬೆ, ಎಲೆ, ಬೀಜ, ಕಾಯಿ, ಹೂ, ಹಣ್ಣು ಇತ್ಯಾದಿ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಮನುಷ್ಯನ ಆಹಾರವಾಗಿ ಉಪಯೋಗಿಸಲ್ಪಡುತ್ತಿವೆ. ಜಗತ್ತಿನ ಸುಮಾರು ಮೂರನೇ ಎರಡರಷ್ಟು ಜನರು ಸಸ್ಯಹಾರಿಗಳಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಆರೋಗ್ಯದ ಬಗ್ಗೆ ಕಾಳಜಿ, ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಜೀವನ ವಿಧಾನ ಮತ್ತು ಆಹಾರ ಕ್ರಮವು ಅತ್ಯಂತ ಅಪೇಕ್ಷಣೀಯ ವಿದ್ಯಮಾನವಾಗಿದೆ. ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸಸ್ಯಹಾರದ ಬಗ್ಗೆ ವಿಶೇಷ ಒಲವು ವ್ಯಕ್ತವಾದಂತೆ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆದ್ಯತೆ ಲಭಿಸುತ್ತಿವೆ. ಕ್ರಿ. ಶ.1960 ಮತ್ತು ಕ್ರಿ. ಶ. 2000 ವರ್ಷಗಳ ನಡುವೆ ತರಕಾರಿ ಮತ್ತು ಹಣ್ಣುಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಧಾನ್ಯಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಗಿಂತ ತೀವ್ರವಾಗಿ ಏರಿವೆ.(ಲಂಪ್‌ಕಿನ್ 2005). ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯಿಂದ ಬರತಕ್ಕ ಆದಾಯವು ಧಾನ್ಯಗಳ ಬೆಳೆಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯಿಂದ ಬರತಕ್ಕ ಆದಾಯಕ್ಕಿಂತ ಐದು ಪಟ್ಟು ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ. (ಶ್ರೀವಾಸ್ತವ ಜೆ. ಸಿ. 1993). ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯೋತ್ತರ ಭಾರತದ ಕೃಷಿಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಮಹತ್ತರ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. 1960ರ ದಶಕ ಮತ್ತು 1990ರ ದಶಕ ಈ ಎರಡು ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆದ ಹಸಿರು ಕ್ರಾಂತಿಯಿಂದಾಗಿ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಏರಿಕೆಯಾಗಿದೆಯಾದರೂ ಮೂಲಭೂತ ಆಹಾರ ಸಮಸ್ಯೆಯಾದ ಅಪೌಷ್ಟಿಕತೆಯು ಸಂಪೂರ್ಣ ನಿವಾರಣೆಯಾಗಿಲ್ಲ.

ಮೂರನೆಯ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕುಟುಂಬ ಆರೋಗ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆಯ ಪ್ರಕಾರ ನಾಲ್ಕರ ಹರೆಯದ ಮಕ್ಕಳಲ್ಲಿ ಶೇ.53 ಮಕ್ಕಳು ಅಪೌಷ್ಟಿಕತೆಯಿಂದ ಬಳಲುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಶೇ.17 ರಷ್ಟು ಮಕ್ಕಳು ಕಡಿಮೆ ತೂಕದವರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಜಗತ್ತಿನ ಶೇ. 45 ರಷ್ಟು ಅಪೌಷ್ಟಿಕ ಮಕ್ಕಳು ಭಾರತದಲ್ಲಿದ್ದಾರೆ. (ಪಾಂಡೆ ಎ. ಕೆ. 2006). ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೆ ನಮ್ಮ ದೇಶದ ಶೇ.85 ರಷ್ಟು ಗರ್ಭಿಣಿಯರು ರಕ್ತಹೀನತೆಯಿಂದ ಬಳಲುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ವಿಟಮಿನ್, ಅಯೋಡಿನ್ ಮತ್ತು ಇತರ ಜೀವಸತ್ವಗಳ ಕೊರತೆಯಿಂದ ಶಾರೀರಿಕ ಮತ್ತು ಮಾನಸಿಕ ಕಾಯಿಲೆಗೆ ಒಳಗಾಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.(ಬಾಬುಸುರೇಶ್ಚಂದ್ರ 2008). ಈ ರೀತಿಯ ಅಪೌಷ್ಟಿಕತೆ ಮತ್ತು ಅನಾರೋಗ್ಯಕ್ಕೆ ಹತ್ತು ಹಲವು ಕಾರಣಗಳಿದ್ದರೂ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಮುಖವಾದುದೆಂದರೆ ತರಕಾರಿಗಳ ಕಡಿಮೆ ಸೇವನೆ. ಭಾರತೀಯರ ತಲಾ ದೈನಂದಿನ ತರಕಾರಿ ಉಪಯೋಗವು 135 ಗ್ರಾಂಗಳಷ್ಟು ಇದ್ದು, ನಿಜವಾದ ಅಗತ್ಯದ ಪ್ರಮಾಣ 284 ಗ್ರಾಂಗಳಷ್ಟು, ಆದ್ದರಿಂದ

ಆಹಾರ ಅಭದ್ರತೆ ಮತ್ತು ಅಪೌಷ್ಟಿಕತೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ನೀಗಿಸಲು ತರಕಾರಿಗಳ ಉಪಯೋಗವು ಅತ್ಯಂತ ಸೂಕ್ತ. (ವರ್ಮುಡಿ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ 2001).

ತರಕಾರಿಗಳು ಪ್ರೋಟೀನ್, ವಿಟಮಿನ್, ಅನ್ನಾಂಗ, ಖನಿಜ ಮತ್ತು ನಾರಿನಂಶಗಳಿಂದ ಸಮೃದ್ಧವಾಗಿದ್ದು ಅಗ್ಗದ ಆಹಾರ ಮೂಲಗಳಾಗಿವೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಸ್ವತಂತ್ರ ಭಾರತದ 'ಆಹಾರದಲ್ಲಿ ಸ್ವಾವಲಂಬನೆ' ಎಂಬ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯು ಪರಿಪೂರ್ಣವಾಗಲು ಸಮತೋಲನ ಆಹಾರದ ಲಭ್ಯತೆಯೂ ಅಗತ್ಯ. ಯಾವುದೇ ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಪಥದಲ್ಲಿ ಆಹಾರದ ಲಭ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಹಸಿವು ಮತ್ತು ಕ್ಷೀಣತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ ರಾಷ್ಟ್ರ ಎಂದಿಗೂ ಮುಂದುವರಿಯದು. ಜನರ ಆಹಾರದ ಹಕ್ಕು ಪುರಸ್ಕಾರಗೊಳ್ಳಬೇಕಾದರೆ ಅಗ್ಗದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಸುಲಭ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಆಹಾರ ದೊರಕುವಂತಾಗಬೇಕು. (ಚಂದ್ರಶೇಖರ ಟಿ.ಆರ್. 2010). ಈ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ಹಣ್ಣು ಹಂಪಲುಗಳು ಸಂತುಲಿತ ಮತ್ತು ಅಗ್ಗದ ಆಹಾರ ಮೂಲಗಳಾಗಿವೆ.

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹತ್ತು ಹಲವು ರೀತಿಯ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಸಮುದ್ರ ತಟದಿಂದ ತೊಡಗಿ ಗುಡ್ಡಗಾಡು ಪ್ರದೇಶಗಳವರೆಗೂ ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಸುಮಾರು 70ಕ್ಕಿಂತಲೂ ಅಧಿಕ ರೀತಿಯ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನವುಗಳನ್ನು ಅನಾದಿಕಾಲದಿಂದಲೇ ರೈತರು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಜಾಗತಿಕವಾಗಿ ಭಾರತವು ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಚೀನಾದ ನಂತರ ಎರಡನೇ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಪ್ರಸ್ತುತ (2009-10) 82.7 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯು 136ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್‌ಗಳಾಗಿವೆ. ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ದೇಶದ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ 16.5 ಟನ್‌ಗಳಾಗಿವೆ. (ಪೀಟರ್ ಕೆ.ವಿ. ಮತ್ತು ಇತರರು 2008). ಅಲ್ಲದೆ ಇತ್ತೀಚಿಗಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಪ್ರಮಾಣವು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಏರುತ್ತಿದ್ದು ಪೌಷ್ಟಿಕ, ಸತ್ವಯುತ ಆಹಾರ ಎಲ್ಲರ ಗಮನ ಸೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. ಐ.ಸಿ.ಎಂ.ಆರ್.ನ ಅಂದಾಜಿನ ಪ್ರಕಾರ ಕ್ರಿ.ಶ. 2030 ರಲ್ಲಿ ದೇಶದ ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಬೇಡಿಕೆಯು ಸುಮಾರು 250 ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್‌ಗಳಷ್ಟು ಆಗಬಹುದು ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡಲಾಗಿದೆ. ಆದುದರಿಂದ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಮೇಲೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಒತ್ತಡವಿದೆ.

ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಿಂದ ತಲಾ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಆದಾಯವು ಆಹಾರ ಬೆಳೆಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಗಿಂತ ಐದು ಪಟ್ಟು ಹೆಚ್ಚು ದೊರೆಯುವುದಾದರೂ (ಶ್ರೀವಾತ್ಸವ ಜಿ.ಸಿ 1993), ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಷೇತ್ರವು ಹಲವು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೋತ್ತರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸುವಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಗರಿಷ್ಠ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಅತಿಸಣ್ಣ ರೈತರ ಹಿತವನ್ನು ಕಾಯುವಲ್ಲಿ ಸಮಗ್ರ ನೀತಿ ನಿರೂಪಣೆಯ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ.

ಭಾರತದ ಹಸಿರು ಕ್ರಾಂತಿಯ ಆರಂಭಿಕ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಹೆಚ್ಚಳವು ರೈತರ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಬಹುದು ಎಂದು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಲಾಗಿತ್ತು. ಆದರೆ ಉತ್ಪಾದನಾ ತಾಂತ್ರಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ನಡೆದ ಕ್ರಾಂತಿಕಾರಿ ಬದಲಾವಣೆಯು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ತಾಂತ್ರಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ನಡೆಯದೇ ಇದ್ದುದರಿಂದ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಹೆಚ್ಚಳದಿಂದಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪೂರೈಕೆ ಹೆಚ್ಚಿ, ಬೆಲೆಗಳು ಇಳಿದುದರ ಪರಿಣಾಮ ಬೆಳೆಗಾರರ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿ ಅಧೋಗತಿಗಿಳಿಯಿತು (ಸಿಂಗ್ ರಮೇಶ್ 2008). ಸಣ್ಣ ರೈತರು ತಮ್ಮ ಮೇಲಿನ ಹಣಕಾಸಿನ ಒತ್ತಡದಿಂದಾಗಿ ಕಟಾವಿನ ತಕ್ಷಣ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಬೇಕಾಗಿ ಬಂದರೆ ಮಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ದೊಡ್ಡ ರೈತರು ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರುವಂತಾಯಿತು. ಆದುದರಿಂದ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯು ಸಶಕ್ತವಾಗ-ಬೇಕಿದ್ದರೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಜತೆಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೂ ಉತ್ತೇಜನ ದೊರಕುವಂತಾಗಬೇಕು.

1.1 ಸಮಸ್ಯೀಕರಣ :

ಭಾರತದ ಕೇಂದ್ರ ಸರಕಾರ ಪ್ರಾಯೋಜಿಸಿದ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಮಿಷನ್ ಯೋಜನೆಯು ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ 2005–06ನೇ ಸಾಲಿನಿಂದ ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಂಡಿದ್ದು, ಏಳು ವರ್ಷಗಳ ಕಾಲ ಜ್ಯಾರಿಯಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಮಹತ್ವಾಕಾಂಕ್ಷಿ ಯೋಜನೆಯ ಜಂಟಿ ಉದ್ದೇಶಗಳೆಂದರೆ ರಾಜ್ಯದ ಆಯಾ ಪ್ರದೇಶದ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಭೂ–ಹವಾಗುಣಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಆಧಾರಿತ ಕಾರ್ಯ ತಂತ್ರಗಳ ಮೂಲಕ ತೋಟಗಾರಿಕೆಯನ್ನು ಸರ್ವತೋಮುಖವಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವುದು ಮತ್ತು ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಹೆಚ್ಚಳ, ಪೌಷ್ಟಿಕತೆ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಹಾಗೂ ರೈತ ಸಮುದಾಯದ ಆದಾಯ ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು ಆಗಿದೆ. ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಮಿಷನ್ ಯೋಜನೆಯನ್ನು 2009–10ರ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದ 30 ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಲಾಗಿದ್ದು ಇದು ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ನೀಡುವ ಹೊಸ ತಳಿಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಕಟಾವಿನ ನಂತರ ನಿರ್ವಹಣೆ, ಶೀತಲ ಗೃಹಗಳಿಗೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸದೃಢಗೊಳಿಸುವುದು, ಜೈವಿಕ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ, ತಳಿಸಂರಕ್ಷಣೆ ಮತ್ತು ದಾಖಲಾತಿ, ಸಸ್ಯಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮುಂತಾದ ಹಲವು ಕಾರ್ಯತಂತ್ರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.

1.2 ಸೈದ್ಧಾಂತಿಕ ಹಿನ್ನೆಲೆ :

ಸದೃಢ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯು ರಾಷ್ಟ್ರದ ಸಮಗ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವಾಗ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಪ್ರದೇಶದ ಬಹುತೇಕ ಜನರು ತಮ್ಮ ಜೀವನ ನಿರ್ವಹಣೆ, ಆದಾಯದ ಮೂಲ ಮತ್ತು ಆಹಾರ ಮೂಲಸ್ರೋತವಾಗಿ, ಕೃಷಿ ಅವಲಂಬಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಸದೃಢ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಯೋಗ್ಯ ಮತ್ತು ಸ್ಥಿರ

ಬೆಲೆಯನ್ನು ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಕೃಷಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕ-ವಾಗುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯು ದೇಶದ ಸಮಗ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಕಾರಣೀಭೂತವಾಗುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ಜನರಿಂದ, ಜನರಿಗಾಗಿ, ಜನರನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಬಲಿಷ್ಠವೂ ದೀರ್ಘಕಾಲೀನವೂ ಆಗಿರುತ್ತದೆ.(ಚಂದ್ರಶೇಖರ ಟಿ.ಆರ್. 2009). ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸುವ ಹಲವು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರು ಈಗಾಗಲೇ ಪ್ರತಿಪಾದಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಇಂತಹ ಹಲವು ಮಾದರಿಗಳ ಪೈಕಿ ಈ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಪ್ರಸ್ತುತವಾಗುವ ಕೆಲವು ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಅವುಗಳ ಪ್ರಸ್ತುತತೆಯ ಜೊತೆಗೆ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅವುಗಳೆಂದರೆ

1. ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಸಂಘಟನೆಯ ಮಾದರಿ
2. ಕ್ರಿಸ್ಪಲ್ಲರ್ ಮಾದರಿ
3. ಮಹಾತ್ಮಾ ಗಾಂಧಿ ಮಾದರಿ
4. ಗಾಡ್ಗೀಳ್ ಮಾದರಿ
5. ಫೈ-ರ್‍ಯಾನೀಸ್ ಮಾದರಿ
6. ಕಾಬ್-ಡಗ್ಲಾಸ್ ಮಾದರಿ
7. ಮಾಥುರ್-ಈಜೆಕೀಲ್ ಮಾದರಿ

1.2.1 ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಸಂಘಟನೆಯ ಮಾದರಿ :

ಜಪಾನ್ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಜರಗಿದ 'ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಸಂಘಟನೆ'ಯ 25ನೇ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಸಮ್ಮೇಳನದಲ್ಲಿ ಮಂಡಿಸಿದ 'ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮಾದರಿ'ಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ವಲಯದ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಮನಗಂಡು ಈ ಕೆಳಗಿನ ನಿರ್ಣಯಗಳನ್ನು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸಲಾಗಿದೆ. (ಸೇನ್ ಗುಪ್ತ ಶಿವಾನಿ 2004).

1. ಸರಕಾರಗಳು ಮತ್ತು ಸರಕಾರೇತರ ಸಂಘ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಅತಿ ಸಣ್ಣ ರೈತರಿಗೆ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವನ್ನು ನೀಡುವುದು ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಸಂಶೋಧನೆಗಾಗಿ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು.
2. ಕೃಷಿ ನೀತಿ ನಿಯಮಾವಳಿಗಳ ಸಮರ್ಥ ಅಳವಡಿಕೆಗಾಗಿ ಸರಕಾರ-ಖಾಸಗಿ ಸಹಭಾಗಿತ್ವ
3. ಕೃಷಿ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಫಲತೆಯನ್ನು ನಿವಾರಿಸುವುದು, ಪೈಪೋಟಿಯನ್ನು ಸದೃಢಗೊಳಿಸುವುದು, ಬೆಂಬಲ ಸೇವೆಗಳ ನೀಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪರಿಸರ ಸಂರಕ್ಷಣೆಗಳನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವುದು.

ಇಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೆ 'ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಸಂಘಟನೆ'ಯು ಸದಸ್ಯರಾಷ್ಟ್ರಗಳು ಸಣ್ಣ ಸಾಲ ನೀಡಿಕೆ, ವಿಸ್ತರಣಾ ಸೌಲಭ್ಯ, ರಕ್ಷಣೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಂಬಲಗಳನ್ನು ನೀಡಬೇಕೆಂದು ಆಗ್ರಹಿಸುತ್ತದೆ. ಸಣ್ಣ ರೈತರು, ಅರೆ ಕುಶಲ ಕರ್ಮಿಗಳ ಮತ್ತು ಮಹಿಳೆಯರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯು

ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಬುನಾದಿ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದೆ. ಸರಕಾರದ ನೇರ ಬೆಂಬಲದ ಮೂಲಕ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಹೆಚ್ಚಿಸುವಿಕೆ, ಕೃಷಿ ನೀತಿಯ ಮಧ್ಯಂತರ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ, ಬಡತನ ನಿವಾರಣೆ ಮತ್ತು ಆಹಾರ ಭದ್ರತೆಗಾಗಿ ನೀತಿ ನಿರೂಪಣೆ, ಜಲ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಹಾಗೂ ನೀರಾವರಿ ಸೌಲಭ್ಯದ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕೆಂದು ಆಗ್ರಹಿಸಿದೆ.

'ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಸಂಘಟನೆ'ಯ ಮಹತ್ವಾಕಾಂಕ್ಷೆಯ ಯೋಜನೆಯಾದ 'ಸಹ್ಯ ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ' ಯೋಜನೆಯು, ಸಮುದಾಯ ಆರೋಗ್ಯ ಸೇವೆ, ಸಹಕಾರಿ ಮತ್ತು ಸ್ವಸಹಾಯ ಸಂಘಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಸಮುದಾಯ ಅರಣ್ಯ ಯೋಜನೆ ಪರಿಸರ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಯೋಜನೆ ಮುಂತಾದ 19 ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಈ ಎಲ್ಲ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಅಳವಡಿಕೆ, ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮತ್ತು ಉಸ್ತುವಾರಿಗಳಿಗೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನರ ಸಹಭಾಗಿತ್ವವೇ ತಳಹದಿಯಾಗಿರಬೇಕು. ಸ್ಥಳೀಯ ಸಂಪನ್ಮೂಲ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ತಿಳುವಳಿಕೆಗಳ ಯೋಗ್ಯ ಬಳಕೆ, ಹಾಗೂ ಖಾಸಗಿ-ಸರಕಾರ ಸಹಭಾಗಿತ್ವ ಅತ್ಯಂತ ಅನಿವಾರ್ಯ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದೆ.

ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ವಿವೇಚಿಸಿದಾಗ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸದೃಢಗೊಳಿಸಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ವಾವಲಂಬನೆ, ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಅತಿಸಣ್ಣ ರೈತರ ಸಬಲೀಕರಣ ಮತ್ತು ಸಮಗ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ದಿಸೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಾಗಬೇಕಿದೆ.

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು ಜನಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ (1112243) ಶೇ 90ರಷ್ಟು (905890) ಜನರು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ವಾಸಿಸುವವರಾಗಿದ್ದು, ಅದರಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಯರ ಸಂಖ್ಯೆಯೇ ಅಧಿಕವಾಗಿದೆ (484834). ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿರುವ ಕೃಷಿಕರ ಸಂಖ್ಯೆ 97258 ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರು 87761. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ (905890) ಸಾಕ್ಷರರ ಸಂಖ್ಯೆಯು 642903. ಈ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವಾಗ 'ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಸಂಘಟನೆ'ಯ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಸಮರ್ಥ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಕ್ಷರರ ಪ್ರಮಾಣವು ಗಣನೀಯವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಖಾಸಗಿ-ಸರಕಾರಿ ಸಹಭಾಗಿತ್ವ, ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವು, ಸಾಲನೀಡಿಕೆ, ಕೃಷಿ ಸಂಶೋಧನೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸದೃಢಗೊಳಿಸುವುದು, ವಿಸ್ತರಣಾ ಸೌಲಭ್ಯ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಂಬಲ ಮುಂತಾದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಸಮರ್ಥವಾಗಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ನಿರಂತರತೆಯಲ್ಲಿ ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲವು ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುವ ಕಾರಣ ಶಿಕ್ಷಿತ, ಜಾಗೃತ ಮತ್ತು ಬದಲಾವಣೆಗೆ ತೆರೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲವನ್ನು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಸುಲಭವಾಗಿ

ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು.(ಶಶಿಧರ ಕೆ.ಸಿ. 2000). ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ, ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳನ್ನು ಕಂಡು ಹುಡುಕಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸದೃಢಗೊಳಿಸುವ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

1.2.2. ಕ್ರಿಸ್ಟಲ್ಲರ್ ಮಾದರಿ :

ಜರ್ಮನಿಯ ಖ್ಯಾತ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞ ಕ್ರಿಸ್ಟಲ್ಲರ್ 1966ರಲ್ಲಿ 'ಸೆಂಟ್ರಲ್ ಪ್ಲೇಸ್ ಥಿಯರಿ ಆಫ್ ಸೋಶಿಯಲ್ ಆರ್ಗನೈಸೇಶನ್' ಎಂಬ 'ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಸಹ ಮಾದರಿ'ಯನ್ನು ನೀಡಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ – ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪ್ರಗತಿಯು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಪಸರಿಸಿರುವ ಜನ ಸಮೂಹದ ಅಗತ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಅನುಕೂಲತೆಗಳು ಸುಲಭರೀತಿಯಲ್ಲಿ ದೊರಕುವ ಪ್ರದೇಶವೊಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕೇಂದ್ರವಾಗಿ ರೂಪುಗೊಂಡು ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು ಈ ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ಕೇಂದ್ರ ಸ್ಥಾನವಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿ, ಪ್ರಗತಿಹೊಂದಿ ಪೈಪೋಟಿ ಬೆಳೆದು ಹೊಸ ಉಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಉಗಮಕ್ಕೆ ದಾರಿ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ಒಟ್ಟಾರೆಯಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸದೃಢಗೊಂಡು, ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಉತ್ತೇಜನ ದೊರಕಿ, ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಕಡಿತಗೊಂಡು ಗ್ರಾಮೀಣ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಪುನಶ್ಚೇತನಗೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ಹೀಗೆ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯು ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗುವುದು ಎಂದು ಕ್ರಿಸ್ಟಲ್ಲರ್ ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

ಕ್ರಿಸ್ಟಲ್ಲರ್ ಮಾದರಿಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸುವಾಗ, ಜಿಲ್ಲೆಯ ಮೂರು ತಾಲೂಕುಗಳ ಬಹುತೇಕ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಒಂದಿಲ್ಲ ಒಂದು ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಸಂಬಂಧಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವ ವಿಶೇಷ ರೀತಿಯ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ರೀತಿಯ ಸಮೀಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದೊರಕಿಸುವ ಮೂಲಕ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ವಿಶಿಷ್ಟ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇಲ್ಲದಿರುವುದರಿಂದ ಉತ್ಪಾದಕರು ಶೋಷಣೆಗೆ ಒಳಪಟ್ಟು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳೇ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಬಹುಪಾಲನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಈ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ವಿವೇಚಿಸುವಾಗ ಕ್ರಿಸ್ಟಲ್ಲರ್ ಮಾದರಿಯೂ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಯಾಗಬಹುದು.(ಭೈರಪ್ಪ ಕೆ. 2005).

1.2.3. ಮಹಾತ್ಮಗಾಂಧಿ ಮಾದರಿ :

ಗಾಂಧೀಜಿಯವರು ಗ್ರಾಮ ಸ್ವರಾಜ್ಯ, ಗ್ರಾಮ ವಿಕೇಂದ್ರೀಕರಣ, ಸ್ವಾವಲಂಬನೆ, ಧರ್ಮದರ್ಶಿ ತತ್ವ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಗುಡಿಕೈಗಾರಿಕೆಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮುಂತಾದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳ

ಮೂಲಕ ಆದರ್ಶ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿದ್ದಾರೆ. (ಪಾಟೀಲ ವಿ.ಟಿ. ಮತ್ತು ಲೋಹಪುರ್ ಟಿ.ಎ., 1983) ಗಾಂಧೀಜಿಯವರ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮಾದರಿಯು ಈ ಕೆಳಗಿನ ನಾಲ್ಕು ತತ್ವಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.

1. ಆರ್ಥಿಕ – ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ವಾವಲಂಬನೆ
2. ಗ್ರಾಮಕೇಂದ್ರಿತ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ಅಧಿಕಾರ ವಿಕೇಂದ್ರೀಕರಣ
3. ಧರ್ಮದರ್ಶಿ ತತ್ವದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಬಳಕೆ, ಗುಡಿ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು, ಖಾದಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಣ್ಣ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ.
4. ಲಘುಯಂತ್ರಗಳ ಬಳಕೆ ಮತ್ತು ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ.

ಗಾಂಧೀಜಿಯವರ ಮಾದರಿಯು ಸೈದ್ಧಾಂತಿಕವಾಗಿ ಅತ್ಯುತ್ಕೃಷ್ಟವಾಗಿದ್ದರೂ, ಪ್ರಸ್ತುತ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಕೆಯು ಕಷ್ಟಸಾಧ್ಯ ಆದರೆ ಗ್ರಾಮ ವಿಕೇಂದ್ರೀಕರಣ, ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ, ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ವಾವಲಂಬನೆಯಂತಹ ಬಿಡಿ ತತ್ವಗಳು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಜನರ ಸಬಲೀಕರಣಕ್ಕೆ ಅತ್ಯಂತ ಅವಶ್ಯಕ. ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಸಂಬಂಧಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಪರಸ್ಪರ ಸಹಕಾರಿ ಮನೋಭಾವವು ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಮಾನತೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಸಮಗ್ರ ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಯೋಜನೆಯು ಹಲವು ಆಯಾಮಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. (ಜೈನ್ ನಾರಾಯಣ ಶರ್ಮ, 2003)

ಗಾಂಧೀಜಿಯವರ ಚಿಂತನೆಗಳಾದ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಕೃಷಿಯೇತರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಸಹಕಾರ, ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಮಾನತೆಗಳನ್ನು ಜಿಲ್ಲೆಯ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಸ್ವೀಕರಿಸ ಬೇಕಾಗಿದೆ. ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯ ವಂಚಿತ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ಮೂಲಸೌಕರ್ಯದ ಮೂಲಕ ಕೃಷಿಕಾರ್ಯಗಳಿಗೆ ಬೆಂಬಲ, ಪರಸ್ಪರ ಸಹಕಾರದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಸಮಗ್ರ ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುವ ಮೂಲಕ ಆರ್ಥಿಕ–ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಮಾನತೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ.

1.2.4. ಗಾಡ್ಗೀಳ್ ಮಾದರಿ:

ಡಿ. ಆರ್ ಗಾಡ್ಗೀಳ್ ಅವರು ಗಾಡ್ಗೀಳ್ ಮಾದರಿಯ ಪ್ರತಿಪಾದಕರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಒಂದು ಯೋಜಿತ ಮಾದರಿಯು ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಎಲ್ಲ ವಲಯಗಳ ಮತ್ತು ಎಲ್ಲ ರಂಗಗಳ ಪ್ರಗತಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳು, ಹೂಡಿಕೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಉಗ್ರಾಣ, ಸಂಸ್ಕರಣೆ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಕೃಷಿಯೇತರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಹಾಗೂ ಉದ್ಯೋಗ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆಯಾದಾಗ ಸಮಗ್ರ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡುತ್ತಾರೆ.

ಗಾಡ್ಗೀಳ್ ಮಾದರಿಯ ಪ್ರಕಾರ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸದೃಢತೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಸುವ್ಯವಸ್ಥಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಜತೆಗೆ ಆಧುನಿಕ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸ, ಹಣಕಾಸು, ವ್ಯಾಪಾರ, ವಹಿವಾಟು ಮುಂತಾದ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಅಂಶಗಳನ್ನೊಳಗೊಂಡ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕೇಂದ್ರಗಳು ರೂಪುಗೊಂಡಾಗ ಗ್ರಾಮ ಆಧುನೀಕರಣಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಈ ಆಧುನೀಕರಣವು ಗ್ರಾಮ ಕೇಂದ್ರಗಳನ್ನು ನಗರಗಳೊಂದಿಗೆ ಬೆಸೆದು ಉದ್ಯೋಗಾವಕಾಶ ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಗತಿಯ ಮೂಲಕ ಗುಣಾತ್ಮಕ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೊಂಡು ಸಮಗ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. (ಸೇನ್ ಕೆ. ಲಲಿತ್, 1971).

1.2.5. ಫೈ-ರ್ಯಾನಿಸ್ ಮಾದರಿ:

ಕೃಷಿ ಪ್ರಧಾನ-ಹಿಂದುಳಿದ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಕುರಿತಾಗಿ ಫೈ-ರ್ಯಾನಿಸ್ ಅವರು 1961ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ಪಡಿಸಿದ ಮಾದರಿಯು ನರ್ಕ್ಸ್, ಲೂಯಿಸ್ ಮುಂತಾದವರಿಂದಲೂ ಅನುಮೋದಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ. ಫೈ-ರ್ಯಾನಿಸ್ ತಮ್ಮ 'Labour Surplus Economy Theory and Practice' ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಹಿಂದುಳಿದ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಶ್ರಮದ ಅಪರಿಮಿತ ಪೂರೈಕೆ ಇದೆ. ಈ ಮಿಗತೆಯ ಶ್ರಮವನ್ನು ಕೃಷಿ ಸಂಬಂಧಿ ಆದರೆ ಕೃಷಿಯೇತರ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಿಗೆ ವರ್ಗಾಯಿಸದೆ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯೂ, ರಾಷ್ಟ್ರದ ಸಮಗ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯೂ ಸಾಧ್ಯವಾಗದು ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಜನಸಂಖ್ಯೆ ಇರುವ ಕಾರಣ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯ ಕೊರತೆಯಿರುವ ಕಾರಣ, ಭೂಮಿ-ಶ್ರಮ ಪ್ರಮಾಣ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತದೆ. ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಸೀಮಾಂತ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಇಳಿಕೆಯ ಸೀಮಾಂತ ಪ್ರತಿಫಲ ನಿಯಮದ ಅನ್ವಯಿಕೆಯಿಂದಾಗಿ ನಿಧಾನವಾಗಿ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತಾ ಬರುತ್ತದೆ. ಇದರ ಜತೆಗೆ ಸರಾಸರಿ ಉತ್ಪಾದಕತೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸಾಂಸ್ಥಿಕವಾಗಿ ನಿರ್ಧಾರವಾಗುವ ನೈಜ ಕೂಲಿಯು ಜೀವನಾಧಾರ ಹಂತಕ್ಕೆ ಸಮೀಪವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರವು ನಿಧಾನವಾಗಿ ಅವನತಿಯನ್ನು ಹೊಂದುತ್ತದೆ.

ಈ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಶ್ರಮವನ್ನು ಕೃಷಿಯೇತರ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಿಗೆ ವರ್ಗಾಯಿಸಿದರೆ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆ ವಿಸ್ತೃತಗೊಂಡಂತೆ ಶ್ರಮ ಮತ್ತು ಬಂಡವಾಳ ಒಂದೇ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗುವುದರಿಂದ ಬಂಡವಾಳ-ಶ್ರಮ ಪ್ರಮಾಣವು ಸ್ಥಿರವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ಬಂಡವಾಳ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಾ ಹೋದಂತೆ ಶ್ರಮದ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗ ಅಧಿಕವಾಗುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕೃಷಿವಲಯದ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಶ್ರಮವನ್ನು ಕೃಷಿಯೇತರ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡಾಗ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಸಾಧಿತವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಫೈ-ರ್ಯಾನಿಸ್ ತೋರಿಸಿಕೊಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.(ಕಲ್ಲೂರು ಎಂ.ಎಸ್ ಮತ್ತು ಪ್ರಭಾಕರ ಶಿಶಿಲ, 2000).

1.2.6. ಕಾಬ್–ಡಗ್ಲಾಸ್ ಉತ್ಪಾದನಾ ಬಿಂಬಿಕ :

ಕಾಬ್–ಡಗ್ಲಾಸ್ ಉತ್ಪಾದನಾ ಬಿಂಬಕವು ಅತ್ಯಂತ ಜನಪ್ರಿಯವಾದ ಉತ್ಪಾದನಾ ಬಿಂಬಕವಾಗಿದೆ. ಸಿ.ಡಬ್ಲ್ಯೂ.ಕಾಬ್ ಮತ್ತು ಪಿ.ಹೆಚ್.ಡಗ್ಲಾಸ್ ಈ ಉತ್ಪಾದನಾ ಬಿಂಬಕವನ್ನು ತಯಾರಿಕಾ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಆದಾನ–ಉತ್ಪನ್ನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಲು ಬಳಸಿದರು. ಈಗ ಈ ಉತ್ಪಾದನಾ ಬಿಂಬಕವು ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಸಾರಿಗೆಯನ್ನೊಳಗೊಂಡಂತೆ ಎಲ್ಲ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಕಾಬ್–ಡಗ್ಲಾಸ್ ಮಾದರಿಯು ವೃದ್ಧಿಯಾಗುವ ವಿಧದಾಗಿದ್ದು ಸರಳವಲ್ಲದ ರೂಪದಲ್ಲಿದ್ದರೂ ಅದರ ಎಲ್ಲಾ ಚಲಗಳನ್ನು ಲಘುಗಣಕಕ್ಕೆ ಪರಿವರ್ತಿಸಿ, ಅದಕ್ಕೆ ಸರಳ ರೇಖಾ ಬಿಂಬಕ ರೂಪ ನೀಡಬಹುದು. ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಶ್ರಮ ಮತ್ತು ಬಂಡವಾಳ ಹಾಗೂ ಅವುಗಳ ಸೀಮಾಂತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಲು ಮತ್ತು ತುಲನೆ ಮಾಡಲು ಈ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಬಳಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಕೃಷಿ ವಲಯದ ಶ್ರಮ ಬಾಹುಳ್ಯ, ಉತ್ಪಾದನಾಂಗಗಳ ದಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನಾಂಗಗಳ ನಡುವಣ ಸೀಮಾಂತ ಪರ್ಯಾಯತೆಯ ದರಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಈ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದಾಗಿದೆ.(ಕೃಷ್ಣೇಗೌಡ ಎಚ್.ಆರ್, 2003).

1.2.7. ಮಾಥುರ್ ಈಜಿಕೀಲ್ ಪ್ರಮೇಯ :

ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಲಭ್ಯವಾಗುವ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಈ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗಿರುವ ಬೆಲೆ– ಇವುಗಳ ನಡುವಣ ಸಂಬಂಧದ ಬಗ್ಗೆ ನಡೆದ ಅಧ್ಯಯನಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಥುರ್–ಈಜಿಕೀಲ್ ಪ್ರಮೇಯವು ಅತ್ಯಂತ ಮಹತ್ವದ್ದಾಗಿದೆ. 1961ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟವಾದ 'Marketing Surplus of Food and Price Fluctuations in a Developing Economy' ಎಂಬ ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಪಿ.ಎಸ್. ಮಾಥುರ್ ಮತ್ತು ಎಚ್ ಈಜಿಕೀಲ್ ಪ್ರತಿಪಾದಿಸಿದ 'ಕೃಷಿ ಮಿಗತೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳ' ನಡುವಣ ಸಂಬಂಧವು ಮಾಥುರ್–ಈಜಿಕೀಲ್ ಪ್ರಮೇಯವೆಂದು ಪ್ರಸಿದ್ಧವಾಗಿದೆ. ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಪ್ರಕಾರ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಲಭ್ಯವಾಗುವ ಮಿಗತೆಗಳು ಬೆಲೆಯೊಡನೆ ವಿಪರ್ಯ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ಅಂದರೆ ಬೆಲೆಗಳು ಹೆಚ್ಚಾದಾಗ ಮಿಗತೆಗಳು ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳು ಕಡಿಮೆಯಾದಾಗ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಲಭ್ಯವಾಗುವ ಮಿಗತೆಗಳು ಅಧಿಕವಾಗುತ್ತವೆ. ಅಂದರೆ ಬೆಲೆಗಳು ಮಿಗತೆಗೆ ಉತ್ತೇಜಕಗಳ ಬದಲಾಗಿ ನಿರುತ್ತೇಜಕಗಳಾಗಿರುತ್ತವೆ..

ಆಹಾರೇತರ ಪದಾರ್ಥಗಳಿಗೆ ಹಣದ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳು ಸ್ಥಿರವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ರೈತರಿಗೆ ನಿಗದಿತವಾದ ಶ್ರಮ ಬಲವು ಇದ್ದು ಕಡಿಮೆ ಶ್ರಮದಿಂದ ಅದೇ ಆದಾಯ ಗಳಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾದರೆ ಅವರು ವಿಶ್ರಾಂತಿಯನ್ನು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ. ಬೆಲೆಗಳು ಹೆಚ್ಚಾದಾಗ ಕಡಿಮೆ ಉತ್ಪನ್ನವು ಅವರಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವಷ್ಟು ಆದಾಯವನ್ನು ತರುವ ಕಾರಣ ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಮಾಣ ಇಳಿಕೆಯಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಿಗತೆಯು ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ.

ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಲಭ್ಯವಾಗುವ ಮಿಗತೆಯನ್ನು ಆಹಾರ ಧಾನ್ಯಗಳ ಬೇಡಿಕೆಯ ಬೆಲೆ ಸ್ಥಿತಿ ಸ್ಥಾಪಕತ್ವ ಮತ್ತು ಆಹಾರ ಧಾನ್ಯಗಳ ಬೇಡಿಕೆಯ ವರಮಾನ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವ ಇವುಗಳ ನಡುವಣ ಬಿಗುವಿನ ಪರಿಣಾಮವೆಂದು ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಬೆಲೆಯ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕವು ಆದಾಯದ ಸ್ಥಿತಸ್ಥಾಪಕತ್ವಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕವಾಗಿದ್ದರೆ ಮಾರಾಟ ಮಿಗತೆಯ ರೇಖೆಗೆ ಧನಾತ್ಮಕ ಸಂಚಾರವಿರುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಮಾಥುರ್-ಈಜೆಕೀಲ್ ಪ್ರಮೇಯವು ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅನ್ವಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

ಆದಾಯದ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವವು ಬೆಲೆಯ ಸ್ಥತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕವಾಗಿದ್ದರೆ ಮಾರಾಟ ಮಿಗತೆಯ ರೇಖೆಗೆ ಋಣಾತ್ಮಕ ಸಂಚಾರ ಇರುತ್ತದೆ. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ಹೆಚ್ಚಿದರೂ ಆದಾಯದ ಪರಿಮಾಣವು ಬದಲಿಕೆಯ ಪರಿಣಾಮಕ್ಕಿಂತ ಬಲಶಾಲಿಯಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಅನುಭೋಗ ಅಧಿಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಭಾರತದ ಕೃಷಿವಲಯದಲ್ಲಿ 1951 ರಿಂದ 1985ರ ವರೆಗೆ ನಡೆದ ವಿವಿಧ ಅಧ್ಯಯನಗಳು ಎರಡು ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸುತ್ತವೆ.

1. ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಸರಕಾರೀ ಸಹಾಯ, ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ರೈತರ ಅಭ್ಯುದಯವು ರೈತರನ್ನು 'ಕಂಗಾಲು ಮಾರಾಟ'ದಿಂದ ರಕ್ಷಿಸಿದೆ. ಆದರೂ ಬಳೆ ಕಟಾವಿನ ತಕ್ಷಣವೇ ಬೃಹತ್ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮಾರಾಟವಾಗುವುದು ಮುಂದುವರಿದಿದೆ. ಶೇ. 50. ರಿಂದ ಶೇ. 70 ರಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಕೊಯ್ಲಿನ ಋತುವಿನ ಮೊದಲ ಭಾಗದಲ್ಲೇ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಲಭ್ಯವಾಗುತ್ತಿವೆ.

2. ಬೆಲೆ ಕಡಿಮೆಯಿರುವಾಗ ರೈತರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಲು ಇಚ್ಛಿಸುವುದಿಲ್ಲವಾದರೂ ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಕೊಳ್ಳುವ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಯಾವಾಗಲೂ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರುತ್ತಿರುತ್ತವೆ. ಇದು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಂಗ್ರಹಣಾ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಮತ್ತು ರೈತರ ಅಪಾಯಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆಮಾಡುತ್ತವೆ. ರೈತರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಕೊಯ್ಲಿನ ತಕ್ಷಣವೇ ಮಾರಿದಾಗ ಅವುಗಳಿಗೆ ಸಿಗುವ ಬೆಲೆ ಕಡಿಮೆಯಾದರೂ ಸಂಗ್ರಹಣಾ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಆದಾಯಕ್ಕೆ ಸಿಗುವ ಬಡ್ಡಿಯನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿದರೆ ರೈತರು ನಷ್ಟಕ್ಕೆ ಒಳಗಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಮಾಥುರ್-ಈಜೆಕೀಲ್ ಪ್ರಮೇಯವು ತೀರಾ ಅಲ್ಪಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಅನ್ವಯಿಸಬಹುದಾದ ಸ್ಥಿರ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯೊಂದರ ಚಿತ್ರಣವಾಗಿದೆ. ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯೊಂದು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಿದಂತೆಲ್ಲಾ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಅಧಿಕವಾಗುತ್ತದೆ. ಆಗ ಮಾರಾಟ ಮಿಗತೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವವು ಅನಿವಾರ್ಯವಾಗಿ ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿರಲೇಬೇಕು.

ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹಲವು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮಾದರಿಗಳ ಸೈದ್ಧಾಂತಿಕ ಹಿನ್ನಲೆಯಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಸಮಸ್ಯೆ ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

1.3 ಸಂಶೋಧನೆಯ ಅಗತ್ಯ :

ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಸಂಶೋಧನಾತ್ಮಕ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧದ ರಚನೆಯ ಹಿಂದೆ ಒಂದು ಸ್ಪಷ್ಟವಾದ ಉದ್ದೇಶವಿರುತ್ತದೆ. ಸಂಶೋಧನೆಯ ಉದ್ದೇಶ ಮತ್ತು ಆಶಯಗಳನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಲು ಈ ಕೆಳಗಿನ ನಾಲ್ಕು ಹಂತಗಳನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

1. ಅನ್ವೇಷಣೆ ಅಥವಾ ಶೋಧನೆ.
2. ಪ್ರಯೋಗಾತ್ಮಕ ಅಥವಾ ಅನುಭವಾತ್ಮಕ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ
3. ಶಾಬ್ದಿಕ ವರ್ಣನೆ ಅಥವಾ ಸ್ಪಷ್ಟತೆ
4. ತಪಾಸಣೆ ಅಥವಾ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ.

ಈ ನಾಲ್ಕು ಹಂತಗಳನ್ನು ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧದ ರಚನೆಯು ಸಾಮಾನ್ಯ ಸರ್ವೇಕ್ಷಣೆ, ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಸಂಗ್ರಹ, ಮತ್ತು ವಸ್ತುವಿಷಯದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಹಿನ್ನಲೆಯಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸುವಾಗ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಸಂದಿಗ್ಧತೆಯಲ್ಲಿದೆ. ಮಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಕೆಳಮಧ್ಯಮ ವರ್ಗದ ರೈತರು ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಮೂಲಕ ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಸದೃಢರಾಗುವ ಅವಕಾಶಗಳಿವೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳು ಬೇಡಿಕೆಗಿಂತ ಪೂರೈಕೆಯು ಸಾಕಷ್ಟು ಕಡಿಮೆ ಇರುವುದರಿಂದ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಅವಕಾಶಗಳಿವೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ವಿಶೇಷ ತರಕಾರಿಯಾದ ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳವು ಅಪಾರ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಸ್ಥಳೀಯ ತರಕಾರಿಗಳು ಇತರ ಜಿಲ್ಲೆಗಳ ಆಮದು ತರಕಾರಿಗಳಿಗಿಂತ ಅಧಿಕ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಧಾರಣೆಗೆ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಹೀಗಿದ್ದೂ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಸಂಕಷ್ಟವನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಬೆಲೆಗಳ ತೀವ್ರ ಏರಿಳಿತ, ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಕೊರತೆ, ಅಸಂಘಟಿತ ಬೆಳೆಗಾರರು, ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಿಂದ ಶೋಷಣೆ ಮುಂತಾದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಈ ಕುರಿತು ಇದುವರೆಗೂ ಯಾವುದೇ ಅಧ್ಯಯನವು ನಡೆದಿಲ್ಲ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಇನ್ನೊಂದು ವಿಶಿಷ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನವಾದ ಶಂಕರಪುರ ಮಲ್ಲಿಗೆ ಹೂವಿಗಿರುವ ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ಮತ್ತು ಸುಸಜ್ಜಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಹೀಗಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಅಲ್ಪ ಪ್ರತಿಫಲವು ಪಾವತಿಯಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಶೋಷಣೆಯೂ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ಈ ಬಗ್ಗೆ ಯಾವುದೇ ಸಂಶೋಧನೆಯು ನಡೆಯದಿರುವ ಕಾರಣ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯ ಆಯಾಮಗಳ ಅಧ್ಯಯನವು ಪ್ರಸ್ತುತವೂ, ಅನಿವಾರ್ಯವೂ ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಈ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಕೈಗೆತ್ತಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

1.4 ಅಧ್ಯಯನದ ವ್ಯಾಪ್ತಿ :

ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಹಿನ್ನೆಲೆಯಾಗಿರಿಸಿಕೊಂಡು, ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪಾತ್ರವನ್ನು

ಪ್ರಸ್ತುತ ಪಡಿಸುವುದೇ ಈ ಸಂಶೋಧನೆಯ ಆಶಯ. ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯನ್ನು ಪ್ರಾತಿನಿಧಿಕವಾಗಿರಿಸಿಕೊಂಡು, ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಗೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳು, ಅವುಗಳ ಪ್ರಮಾಣ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಅಂಕಿ-ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಉತ್ಪಾದನೆಯ- ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಮಸ್ಯೆ, ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ, ಆದಾಯ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಿವಿಧಾನ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ, ಧಾರಣೆಯ ಏರಿಳಿತ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತು ಸಮಸ್ಯೆ, ಸರಕಾರ-ಸಂಘ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಂದಾದ ಪ್ರಯತ್ನ ಹಾಗೂ ಪರಿಹಾರದ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳ ಕುರಿತಾದ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

ಇಲ್ಲಿ ಉದ್ದೇಶ ಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಎರಡು ಕಾರಣಗಳನ್ನು ನೀಡಬಹುದು. ಮೊದಲನೆಯದಾಗಿ ಸ್ಥಳೀಯ ತರಕಾರಿಗಳು ಇತರ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಿಂದ ಆಮದಾದ ತರಕಾರಿಗಳಿಗಿಂತ ಸುಮಾರು ಒಂದೂವರೆ ಪಟ್ಟು ಅಧಿಕ ದರದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತಿವೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಸ್ಥಳೀಯ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ನಿರಂತರ ಬೇಡಿಕೆಯೂ ಬೆಳೆಗಾರರ ಬೆಳೆಗಳಿಗೆ ಯೋಗ್ಯ ಬೆಲೆಯೂ ದೊರಕುತ್ತದೆ ಎಂಬುದು ವೇದ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗಿದ್ದರೂ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣವು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಇಳಿಕೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಎರಡನೆಯದಾಗಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅತಿ ವಿಶಿಷ್ಟ ಬೆಳೆ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳವು ಆರ್ಥಿಕ ಆಯಾಮದ ಜೊತೆಗೆ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಆಯಾಮಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಭೂರಹಿತ ರೈತರು ಮತ್ತು ಸಮಾಜದ ಹಿಂದುಳಿದ ವರ್ಗದವರು ಈ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಬಹುಪಾಲು ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರು. ಇಂತಹ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಯು, ಮಹಿಳಾ ಸಬಲೀಕರಣ, ದುರ್ಬಲ ವರ್ಗದವರ ಆರ್ಥಿಕ ಸಬಲೀಕರಣ ಮತ್ತು ರೈತಾಪಿ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಉದ್ಯೋಗಾವಕಾಶ ನೀಡಿ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಸಹಕರಿಸಿದೆ.

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಅಥವಾ ವಾದಿರಾಜ ಗುಳ್ಳ ಎಂಬ ಬದನೆಯ ತಳಿಯು ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಸುಮಾರು 400 ವರುಷಗಳ ಇತಿಹಾಸವಿರುವ ಈ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯು ಧಾರ್ಮಿಕ, ಐತಿಹಾಸಿಕ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಮಹತ್ವದ್ದಾಗಿದೆ. ಶ್ರೀ ಸೋದೆ ಮಠದ ಪ್ರಮುಖ ಯತಿ ಶ್ರೀ ವಾದಿರಾಜ ಶ್ರೀಪಾದರಿಂದ ಅನುಗ್ರಹಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿರುವ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳವು ಇಂದು ದೇಶ ವಿದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಿದ್ಧಿಯನ್ನು ಪಡೆದಿದೆ. ದೇಶೀಯವಾಗಿ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳವು ಮಂಗಳೂರು, ಬೆಂಗಳೂರು, ಮುಂಬಯಿ ಮತ್ತು ಇತರ ನಗರಗಳಿಗೂ, ವಿದೇಶದಲ್ಲಿ, ದುಬಾಯಿ, ಅಬುದಾಭಿ ಮುಂತಾದ ಅರಬ್ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೂ ವ್ಯಾಪಿಸಿದೆ. ಅತ್ಯಂತ ವಿಶಿಷ್ಟವೂ ಅಪಾರ ಬೇಡಿಕೆಯೂ ಇರುವ ಈ ತರಕಾರಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಸಂಕೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಸಂದಿಗ್ಧತೆಯಲ್ಲಿದೆ.

ಬೆಲೆಗಳ ಏರಿಳಿತ, ಬೇಡಿಕೆ-ಪೂರೈಕೆಗಳ ಅಸಮತೋಲನ, ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ವಿಲಕ್ಷಣತೆ, ಬಾಹ್ಯ ಅಂಶಗಳ ಪ್ರಭಾವ, ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಪಾತ್ರ ಮುಂತಾದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಆಯಾಮ ಹಾಗೂ ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳ ಕುರಿತು ಯಾವುದೇ ಸಂಶೋಧನೆಯು ಈವರೆಗೂ ನಡೆದಿಲ್ಲ. ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯ ಆಯಾಮಗಳ ಅಧ್ಯಯನವು ಪ್ರಸ್ತುತವೂ ಅನಿವಾರ್ಯವೂ ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಈ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

1.5 ಅಧ್ಯಯನದ ವಿಧಾನ :

ಈ ಸಂಶೋಧನ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಬಹುಪಾಲು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಆನುಷಂಗಿಕ ವಿಧಾನದಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅಧ್ಯಯನವು ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯ ಆಧಾರಿತವಾಗಿದೆ. ಪ್ರಸಕ್ತ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಸಮೀಕ್ಷೆಯ ವಿಧಾನದ ಮೂಲಕ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಈ ವಿಧಾನವು ಸಾಮಾಜಿಕ ವಿಜ್ಞಾನಗಳಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂಶೋಧನ ವಿಧಾನ.(ಶ್ರೀಪತಿ.ಕೆ.ಪಿ. 2009). ಈ ಸಮೀಕ್ಷೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಿ, ಈ ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿಗಳನ್ನು ಆಯ್ದ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು, ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ನೇರ ಸಂದರ್ಶನದ ಮೂಲಕ ತುಂಬಲಾಗಿದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆಯ ನಿರ್ದೇಶಕರು, ಉಪ ನಿರ್ದೇಶಕರು, ಕೃಷಿ ಇಲಾಖೆಯ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು, ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯ ಅಧ್ಯಕ್ಷರು ಮತ್ತು ಪ್ರಮುಖ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅಂತೆಯೇ ಇಲಾಖೇತರ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕಛೇರಿಯಿಂದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಈ ಕಛೇರಿಗಳು ಪ್ರಕಟಿಸಿರುವ ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿ, ಅಪ್ರಕಟಿತ ಆದರೆ ಕಛೇರಿಗಳ ದಸ್ತಾವೇಜುಗಳ ಮೂಲದಿಂದ ಪಡೆದ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ವರದಿಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಅಧ್ಯಯನ ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಕೆಲವು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಜಿಲ್ಲಾ ಗಜೆಟಿಯರ್‌ನಿಂದ ಮತ್ತು ಅಂತರ್‌ಜಾಲದ ತಾಣಗಳಿಂದ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರದ ಹಲವಾರು ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ. ಮಾಹಿತಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗಾಗಿ ಕೋಷ್ಟಕಗಳನ್ನೂ, ರೇಖಾಚಿತ್ರಗಳಾದ ಸರಳ ರೇಖಾಚಿತ್ರ, ಬಹುಸ್ತಂಭ ರೇಖಾಚಿತ್ರ, ಮತ್ತು ವೃತ್ತ ಖಂಡ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಬಳಸಲಾಗಿದೆ. ಕೆಲವು ಬಾರಿ ಪ್ರತಿಶತ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರ ಕಂಡು ಹಿಡಿಯಲು ಗಣಿತಶಾಸ್ತ್ರದ ಸೂತ್ರಗಳನ್ನು ಬಳಸಲಾಗಿದೆ.

ಹೀಗೆ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಹಾಗೂ ಆನುಷಂಗಿಕ ಮೂಲಗಳಿಂದ ದೊರೆತ ಮಾಹಿತಿಯೊಂದಿಗೆ ಮೌಖಿಕ ಮತ್ತು ಅನುಭವಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಕಂಡುಕೊಂಡ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಮುಖ್ಯ ಆಧಾರವಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಈ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ.

1.6 ಅಧ್ಯಯನದ ಅವಧಿ:

ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಂಶೋಧನೆಯಲ್ಲಿ ಕಳೆದ ಹತ್ತು ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯ ಅಂದರೆ 2000-01 ರಿಂದ 2009-10ರ ವರೆಗಿನ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಾದ ಬದಲಾವಣೆ, ಬೆಳೆಗಳ ಆವರ್ತ, ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಾದ ಏರಿಳಿತ, ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ದೊರೆತ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಸಹಾಯ, ಸರಕಾರ ಮತ್ತು ಸರಕಾರೇತರ ಸಂಘ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪಾತ್ರ, ಉತ್ಪಾದಕರು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳ ಸಾಧ್ಯತೆಯ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಲಾಗಿದೆ.

1.7 ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶ:

ಯಾವುದೇ ಒಂದು ಸಂಶೋಧನೆಗೆ ನಿಖರವೂ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವೂ ಆದ ಉದ್ದೇಶಗಳಿರುತ್ತವೆ. ಈ ಆಶಯದೊಂದಿಗೆ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಪರಿಹಾರಾತ್ಮಕ ಅಧ್ಯಯನದ ಗುರಿಯೊಂದಿಗೆ ಈ ಕೆಳಗಿನ ನಿಶ್ಚಿತ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿರಿಸಿಕೊಂಡು ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ನಡೆಸಲಾಗಿದೆ.

1. ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಅಧ್ಯಯನ. ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಆದಾಯದ ಕುರಿತಾದ ಅಧ್ಯಯನ.
2. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಐದು ತರಕಾರಿಗಳ (ಬದನೆ, ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ, ಬೂದುಕುಂಬಳ, ಸೌತೆಕಾಯಿ ಮತ್ತು ಸಿಹಿಗೆಣಸು) ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಿವಿಧಾನಗಳು, ಅವುಗಳ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಪಾಲಿನ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ.
3. ಉತ್ಪಾದಕರು ಭರಿಸಬೇಕಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯ ತೌಲನಿಕ ಅಧ್ಯಯನ.
4. ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಮತ್ತು ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಬಳಕೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ.
5. ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ.
6. ಅಧ್ಯಯನದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳು.

ಈ ಮೇಲಿನ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಆಶಯಗಳೊಂದಿಗೆ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಆದರೂ ವಿಷಯದ ವಿಸ್ತಾರ ಮತ್ತು ಸಮಗ್ರತೆಯ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಈ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಮೀರಿ ಈ ಸಂಶೋಧನೆಯಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

1.8 ಪೂರ್ವ ಕಲ್ಪನೆಗಳು :

ಈ ಸಂಶೋಧನಾತ್ಮಕ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳುವ ಪೂರ್ವದಲ್ಲಿ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳ ಹಾಗೂ ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ಅನುಭವದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಪೂರ್ವಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ಇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

1. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುವುದು ಲಾಭದಾಯಕ .
2. ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಅಂತರ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಬೆಳೆಯುವುದರಿಂದ ರೈತರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಆದಾಯವು ಲಭಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದೆ.
3. ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಸ್ತುತ ಹಲವು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದೆ.
4. ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಎಂಬ ಬದನೆಯ ಪ್ರಕಾರವು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಆಯಾಮವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು ಮಹಿಳಾ ಸಬಲೀಕರಣ ಮತ್ತು ಸಮಾಜದ ಭೂರಹಿತ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಆರ್ಥಿಕ ಸಬಲೀಕರಣ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದೆ.

ಈ ಮೇಲಿನ ಪೂರ್ವಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ಅಧ್ಯಯನದ ಆರಂಭದಲ್ಲಿ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಾಗಿ ಇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆಯಾದರೂ ಅಂತ್ಯದಲ್ಲಿ ಈ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ಅನುಮೋದಿಸುವ ಇಲ್ಲವೇ ಅಲ್ಲಗೆಳೆಯುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ಮುಕ್ತವಾಗಿವೆ.

1.9 ಮಹಾಪ್ರಬಂಧದ ಸ್ವರೂಪ :

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಎಂಬ ವಿಷಯದ ಬಗೆಗಿನ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ಏಳು ಅಧ್ಯಾಯಗಳಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

1. ಪ್ರಥಮ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ವಿಷಯದ ಪ್ರವೇಶ, ಪ್ರಸ್ತಾವನೆ, ಸಮಸ್ಯೆಯ ಹಿನ್ನೆಲೆ, ಅಧ್ಯಯನದ ವ್ಯಾಪ್ತಿ, ಉದ್ದೇಶ ಮತ್ತು ಮಹಾ ಪ್ರಬಂಧದ ಸಂರಚನೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.
2. ಎರಡನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಯನದ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟಂತೆ ಇದುವರೆಗೆ ನಡೆದಿರುವ ಸಂಶೋಧನೆಗಳು ಮತ್ತು ಸಾಹಿತ್ಯಗಳ ಸಮೀಕ್ಷೆಯನ್ನು ಐದು ಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ನಡಸಲಾಗಿದೆ.
3. ಮೂರನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಯನದ ಸೈದ್ಧಾಂತಿಕ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಾಗಿ ಭಾರತದ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಭಾರತದ ಕೃಷಿವ್ಯವಸ್ಥೆ, ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆ, ತರಕಾರಿಗಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳು ಮತ್ತು ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.
4. ನಾಲ್ಕನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರದೇಶ, ಕರ್ನಾಟಕ ಮತ್ತು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಹಿನ್ನಲೆ, ಮಾದರಿ ಪ್ರದೇಶ, ಮಾಹಿತಿಮೂಲ, ಮಾಹಿತಿಯ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯ ವಿಮಾರ್ಶಾತ್ಮಕ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಕೋಷ್ಟಕ ಮತ್ತು ರೇಖಾಚಿತ್ರಗಳ ಮೂಲಕ ವಿಷದಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ.

5. ಐದನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಸಂಶೋಧನೆಯ ಫಲಿತಗಳು ಮತ್ತು ದತ್ತಾಂಶಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.
6. ಆರನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಯನದ ಸಾರಂಶ, ಸಮಸ್ಯೆಗಳು, ಪರಿಹಾರೋಪಾಯಗಳು ಮತ್ತು ಮುಕ್ತಾಯಗಳಿವೆ.
7. ಅನುಬಂಧವು ಗ್ರಂಥಋಣ, ಮತ್ತು ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗಿಸಿದ ಪ್ರಶ್ನೆ ಮಾಲಿಕೆಗಳ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.

ಈ ಮೇಲಿನ ಏಳು ಅಧ್ಯಾಯಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ರಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅಧ್ಯಾಯದಿಂದ ಅಧ್ಯಾಯಕ್ಕೆ ನಿರಂತರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಂಡು ಬರುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಇನ್ನಿತರ ಹಲವು ಉಪವಿಭಾಗಗಳು ಮತ್ತು ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಉಪವಿಭಾಗಗಳು, ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಅಧ್ಯಾಯಗಳು ಮಹಾಪ್ರಬಂಧದ ಸಮಗ್ರತೆಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿವೆ.

ಗ್ರಂಥ ಋಣ

1. ಕಲ್ಲೂರ್ ಎಂ.ಎಸ್ ಮತ್ತು ಪ್ರಭಾಕರ ಶಿಶಿಲ, 2000. 'ಕೃಷಿ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರ', ಕಲಾ ಪ್ರಕಾಶನ ಬೆಂಗಳೂರು.
2. ಕೃಷ್ಣೇಗೌಡ ಎಚ್.ಆರ್. 2003, 'ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರ' ಸ್ಪಂದನ ಪ್ರಕಾಶನ ಬೆಂಗಳೂರು,
3. ಚಂದ್ರಶೇಖರ ಟಿ.ಆರ್, 2009 'ಜನರನ್ನು ಒಳಗೊಳ್ಳುವ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ' ಹೈದರಾಬಾದ್ ಕರ್ನಾಟಕ ಪ್ರದೇಶ, ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ.
4. ಚಂದ್ರಶೇಖರ ಟಿ.ಆರ್, 2010 'ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಆಹಾರದ ಹಕ್ಕು' ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ ಪ್ರಸಾರಾಂಗ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ.
5. ಬೈರಪ್ಪ ಕೆ. 2005, 'ಸಮಗ್ರ ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಮಾಜ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ' ಸ್ವಪ್ನ ಬುಕ್ ಹೌಸ್, ಬೆಂಗಳೂರು.
6. ಶಶಿಧರ ಕೆ.ಸಿ 2000, 'ಕೃಷಿ ನಿರಂತರತೆಯಲ್ಲಿ ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲದ ಪಾತ್ರ' ಪಿ.ಹೆಚ್.ಡಿ. ಪ್ರಬಂಧ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ.
7. ಶ್ರೀಪತಿ ಕೆ.ಪಿ. 2009, 'ಸಮಾಜ ವಿಜ್ಞಾನಗಳಲ್ಲಿ ಪರಿಮಾಣಾತ್ಮಕ ಸಂಶೋಧನ ವಿಧಾನ' ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ, ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ ಸಂ. 7. (1) ಮತ್ತು ಸಂ 7(2)
8. BABU SURESHCHANDRA, 2008, The Hindu Survey of Indian Agriculture.
9. FOOD AND AGRICULTURAL ORGANISATION, 25th Regional Conference Report. 2003
10. INDIAN COUNCIL OF MEDICAL RESEARCH Report, 2008
11. JAIN NARAYAN SHARMA, 2003., Alternative Economics. Economics of Mahathma Gandhi and Globalisation – Deep & Deep Publishers New Delhi. PP 107.
12. LUMPKIN TA, K WEINBERGER AND S MOORE, 2006, Increasing Income Through Fruits and Vegetable Production: Opportunities and Challenges. Marakesh, Morocco. p. 10

13. MATHUR and EZEKIEL 1961, Marketing Surplus of Food and Price Fluctuation in a Developing Economy.

14. NATIONAL HORTICULTURAL BOARD KARNATAKA Annual Report, 2009-10.

15. NATIONAL HORTICULTURAL BOARD, Report 2000-01 to 2009-10.

16. PANDEY AK, 2006, The Hindu Survey of Indian Agriculture.

17. PATIL V.T. and LOHAPUR. TA. 1983, Gandhi's Concept of Decentralisation Analysis. Gandhi Sterling Publishers Delhi.

18. PETER K. V. and others, 2008, The Hindu survey of Indian Agriculture.

19. SEN K LALIT 1971 the Need for Micro level planning in India. National Institute of Community Development. PP 3-9.

20. SINGH RAMSH. 2008 Indian Economy TATA Mc Grow Hill Publishing Co, Ltd. New Delhi,

21. SRIVASTAVA G.C, 1993 An Empirical Investigation Into Production, Marketing and Export Potential of Vegitables in Bihar. Bihar Journal of Agricultural Marketing 1(3)339-349

22. VARMUDI VIGNESHWAR, 2001, Marketing of Vegitables in India, Daya Books, New Delhi.

ಎರಡನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಪೂರ್ವ ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆ

ಎರಡನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ
ಪೂರ್ವ ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆ

ಎರಡನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಸಂಶೋಧನೆಯ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಈಗಾಗಲೇ ನಡೆದಿರುವ ಅಧ್ಯಯನಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಕಟಗೊಂಡಿರುವ ಗ್ರಂಥಗಳ ಸಮೀಕ್ಷೆ ನಡೆಸಲಾಗಿದೆ. ಭಾರತದ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಅಧ್ಯಯನಗಳು ನಡೆದಿವೆ. ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯಗಳು ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಸಂಶೋಧನ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರತವಾಗಿವೆ. ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ, ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಬಳಕೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನ ಮತ್ತು ಇವುಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಕುರಿತಾಗಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಅಧ್ಯಯನಗಳು ನಡೆದಿವೆ. ಆದರೆ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ನಡೆದ ಅಧ್ಯಯನಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಕಡಿಮೆ. ಈ ಎಲ್ಲ ಸಂಶೋಧನೆಗಳಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಎಂಬ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಅಧ್ಯಯನಗಳ ಸಮೀಕ್ಷೆಯನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ವಿಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಸಲಾಗಿದೆ.

2.1 ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಗಳಿಕೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಅಧ್ಯಯನಗಳು.

2.2 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಚು ಮತ್ತು ವೆಚ್ಚಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಅಧ್ಯಯನಗಳು.

2.3 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕ, ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ಸಂಬಂಧದ ಕುರಿತಾದ ಅಧ್ಯಯನಗಳು.

2.4 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಗ್ರತೆ ಕುರಿತಾದ ಅಧ್ಯಯನಗಳು.

2.5 ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ನಡೆದ ಅಧ್ಯಯನಗಳು.

2.1 ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಗಳಿಕೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಅಧ್ಯಯನಗಳು :

❖ ಸಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಅತಿಬುದ್ಧಿ (1985) ಕಟಕ್ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ದ್ವಿದಳ ಧಾನ್ಯಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುವಿಕೆಯ ಆರ್ಥಿಕತೆ ಎಂಬ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ದೊಡ್ಡ ಭೂ ಹಿಡುವಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಕ್ರಮವಾಗಿ ರೂ. 616.13 ಮತ್ತು ರೂ. 704.68 ಎಂದೂ ಪ್ರತೀ ಕ್ವಿಂಟಲ್‌ಗೆ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ರೂ. 148.46 ಮತ್ತು ರೂ. 138.44 ಎಂದೂ ತಿಳಿಸಿದ್ದಾರೆ. ತಲಾ ಇಳುವರಿಯು ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿಗಳಲ್ಲಿ 4.15 ಕ್ವಿಂಟಲ್ ಎಂದೂ ದೊಡ್ಡ ಹಿಡುವಳಿಗಳಲ್ಲಿ 5.01 ಕ್ವಿಂಟಲ್ ಎಂದೂ ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ. ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ ಆದಾಯವು ಕ್ರಮವಾಗಿ ರೂ. 1351.25 ಮತ್ತು ರೂ. 1612.37 ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಕೃಷಿಯಿಂದ ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯವು (ಪ್ರತೀ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ) ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ದೊಡ್ಡ ಹಿಡುವಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ ರೂ. 735.12 ಮತ್ತು ರೂ. 907.69 ಎಂದು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಧೊಂಗಡೆ ಮತ್ತು ದಂಗಟ (1985) ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರದ 'ಸಿನಾ' ನೀರಾವರಿ ಪ್ರದೇಶದ ರೈತರ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಆದಾಯವನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಖಾರಿಪ್ ಋತುವಿನಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಿತ ಜೋಳ ತಳಿಯ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚವು ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಒಂದಕ್ಕೆ ರೂ. 4303.49 ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು 23.75 ಕ್ವಿಂಟಲ್, ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪನ್ನದ ಮೌಲ್ಯವು ರೂ. 6327.87 ಮತ್ತು ಪ್ರತೀ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಲಾಭಾಂಶ ರೂ. 2024.40 ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

ರಬಿ ಋತುವಿನಲ್ಲಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಒಂದರ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚವು ರೂ. 2144.70, ಉತ್ಪಾದಕತೆ 8.15 ಕ್ವಿಂಟಲ್, ಉತ್ಪನ್ನ ಮೌಲ್ಯ ರೂ. 2730.75 ಮತ್ತು ಲಾಭಾಂಶ ರೂ. 586.05 ಎಂದು ತಿಳಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಒಂದರ ಗೋಧಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಅಂಕಿ-ಅಂಶ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ ರೂ. 2778.61, ಉತ್ಪಾದಕತೆ 15.28 ಕ್ವಿಂಟಲ್, ಉತ್ಪನ್ನ ಮೌಲ್ಯ ರೂ. 2932.30 ಮತ್ತು ನಿವ್ವಳ ಲಾಭ ರೂ. 153.69 ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಕಿರೆಸುರ್ ವಿ. ಆರ್ (1987) ಧಾರವಾಡ ಮತ್ತು ಹುಬ್ಬಳ್ಳಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಎಂಬ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ನೀರುಳ್ಳಿ ತರಕಾರಿಯ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಆದಾಯವನ್ನು ವಿವೇಚಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಪ್ರತೀ ಎಕರೆಗೆ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ ರೂ. 2440.78, ಆದಾಯ ರೂ. 4950.90 ಮತ್ತು ಪ್ರತೀ ಎಕರೆಯಿಂದ ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯವು ರೂ. 1734.18 ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಶಶಿಕುಮಾರ್ (1987) ಹಾಸನ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಮಳೆ ಆಧಾರಿತ ಬಟಾಟೆಯ ಆರ್ಥಿಕತೆ ಎಂಬ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಬಟಾಟೆ ಮತ್ತು ರಾಗಿ ಬೆಳೆಗಳ ಮಧ್ಯೆ ತೌಲನಿಕ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಬಟಾಟೆ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚವು ಪ್ರತೀ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ರೂ. 2915.66. ಇದರಲ್ಲಿ ಬೀಜದ ವೆಚ್ಚ ಶೇ. 41.53, ರಸಗೊಬ್ಬರ ವೆಚ್ಚ ಶೇ. 25.50 ಮತ್ತು ಕೂಲಿ ವೆಚ್ಚವು ಶೇ. 24 ಆಗಿದೆ. ಕೃಷಿ ಆದಾಯವು ಭೂ ಹಿಡುವಳಿಯೊಂದಿಗೆ ಗುಣಾತ್ಮಕ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯವು ಪ್ರತೀ ಎಕರೆಗೆ ದೊಡ್ಡ ಹಿಡುವಳಿದಾರರಲ್ಲಿ ರೂ. 2418.14, ಮಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ ರೂ. 2138.18 ಮತ್ತು ರೂ. 1831.35 ಆಗಿದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಕೌಜಲಗಿ (1990) ಬಿಜಾಪುರ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ದಾಳಿಂಬೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಎಂಬ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಗೆ ಪ್ರಥಮ 3 ವರ್ಷದವರೆಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಒಟ್ಟು ಬಂಡವಾಳವು ರೂ. 2,42,229.53 ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಕರಿಸೋಮನ ಗೌಡರ್ (1990) ಧಾರವಾಡ ಜಿಲ್ಲೆ ಗದಗ ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ ಮಳೆ ಆಧಾರಿತ ನೀರುಳ್ಳಿ ಕೃಷಿಯ ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಎಕರೆ

ಒಂದರ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ಸಣ್ಣ ರೈತರಲ್ಲಿ ರೂ. 2777.43 ಮತ್ತು ದೊಡ್ಡ ರೈತರಲ್ಲಿ ರೂ. 3788.63 ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ಮಾನವ ಶ್ರಮ ವೆಚ್ಚವು ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ದೊಡ್ಡ ರೈತರಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ. 40.14 ಮತ್ತು ಶೇ. 30.06 ಆಗಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಗೊಬ್ಬರ ವೆಚ್ಚವು ಶೇ. 16.28 ಮತ್ತು ಶೇ. 29.97 ಆಗಿದೆ. ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯವು ಸಣ್ಣ ರೈತರಿಗೆ ರೂ. 3647.07 ಮತ್ತು ದೊಡ್ಡ ರೈತರಿಗೆ ರೂ. 5317.27. ಪ್ರತೀ ಕ್ವಿಂಟಲ್‌ಗೆ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ಸಣ್ಣ ರೈತರಿಗೆ ರೂ. 86.54 ಮತ್ತು ದೊಡ್ಡ ರೈತರಿಗೆ ರೂ. 96.78 ಆಗಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿಸಿದ್ದಾರೆ.

❖ ನಂಜರೆಡ್ಡಿ ಮತ್ತು ಇತರರು (1990) ಬೆಂಗಳೂರು ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಿತ ಟೊಮೆಟೋ ಕೃಷಿಯ ಆರ್ಥಿಕತೆ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ಎಕರೆಯೊಂದರಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಿತ ಟೊಮೆಟೋದಲ್ಲಿ ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯವು ರೂ. 22,414.22. ಆದರೆ ಸ್ಥಳೀಯ ಟೊಮೆಟೋ ತಳಿಯಲ್ಲಿ ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯವು ರೂ. 1232.58. ಈ ತೌಲನಿಕ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತಾ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ಪ್ರತೀ ಕ್ವಿಂಟಲ್‌ಗೆ ರೂ. 89.92 (ಸುಧಾರಿತ ತಳಿ) ಮತ್ತು ರೂ. 99.48 (ಸ್ಥಳೀಯ ತಳಿ) ಮತ್ತು ಎಕರೆಯೊಂದರ ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ಕ್ರಮವಾಗಿ ರೂ. 23,464 ಮತ್ತು ರೂ. 7,898.42 ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಕೊಪ್ಪದ (1993) ಕರ್ನಾಟಕದ ಮಲಪ್ರಭಾ ನೀರಾವರಿ ಪ್ರದೇಶದ ವಿವಿಧ ಬೆಳೆಗಳ ಲಾಭಾಂಶದ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಹತ್ತಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಇತರ ಕೃಷಿಕರಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆದಾಯವನ್ನು ಗಳಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಬೃಹತ್ ರೈತರು ಹತ್ತಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಒಂದಕ್ಕೆ ರೂ. 18,714.37 ಆದಾಯಗಳಿಸಿದರೆ ಸಣ್ಣ ರೈತರ ಆದಾಯವು ರೂ. 17343.80. ಗೋದಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಆದಾಯವು ರೂ. 13,565.18 ದೊಡ್ಡ ರೈತರಿಗೂ ಸಣ್ಣ ರೈತರಿಗೆ ರೂ. 5,988.40 ಆಗಿದೆ.

❖ ರಮೇಶ್ ಕುಮಾರ್ ಮತ್ತು ಇತರರು (1993) ಬೆಂಗಳೂರು ಜಿಲ್ಲೆ ಆನೆಕಲ್ ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಿತ ಟೊಮೆಟೋ ಬೆಳೆಯ ಆರ್ಥಿಕತೆ ಎಂಬ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಒಂದರ ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ರೂ. 59,227.66. ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ ರೂ. 1,54,437.50 ಮತ್ತು ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯವು ರೂ. 95,209.84 ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ವೆಂಕಟರಮಣ (1994) ಕೋಲಾರ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಟೊಮೆಟೋ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಆರ್ಥಿಕತೆ ಎಂಬ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ಎಕರೆ ಒಂದರ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಬೃಹತ್ ರೈತರಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ ರೂ. 31,920.07 ಮತ್ತು ರೂ. 39,603.94. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ಪ್ರತೀ ಎಕರೆಗೆ ಸಣ್ಣ ರೈತರಿಗೆ 187.07 ಕ್ವಿಂಟಲ್ ಮತ್ತು ದೊಡ್ಡ ರೈತರಿಗೆ 205.89 ಕ್ವಿಂಟಲ್. ಟೊಮೆಟೋ ಉತ್ಪಾದನೆಯಿಂದ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯವು ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ದೊಡ್ಡ ರೈತರಿಗೆ ಕ್ರಮವಾಗಿ ರೂ.

82,703.19 ಮತ್ತು ರೂ. 1,05,650.81. ವೆಚ್ಚದ ಪ್ರತಿ ರೂಪಾಯಿಗೆ ನಿವ್ವಳ ಗಳಿಕೆಯು ರೂ. 1.59 ರೂ. 1.67 ಆಗಿದೆ.

❖ ಸಿಂಗ್ (1997) ಜಬಲ್‌ಪುರ್ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಪಟ್ನ ಬ್ಲಾಕ್‌ನಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಎಂಬ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಪ್ರತೀ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ವಿವಿಧ ತರಕಾರಿಗಳ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಗರಿಷ್ಠ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ಟೊಮೆಟೋ (ರೂ. 12,842) ಅನಂತರದ ಸ್ಥಾನಗಳಲ್ಲಿ ಬದನೆ (ರೂ. 11219) ಬೆಂಡೆ (ರೂ. 7900) ಇವೆ. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೆಂದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಿಯಂತ್ರಣ, ಸಂಗ್ರಹಣಾಗಾರರ ಕೊರತೆ, ರಸಗೊಬ್ಬರದ ಕೊರತೆ ಮತ್ತು ಬೀಜದ ಅಲಭ್ಯತೆ ಮುಂತಾದವುಗಳಾಗಿವೆ.

❖ ನ್ಯಾಕ್ ಮತ್ತು ಇತರರು (1997) ಬಿಜಾಪುರ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ನೀರುಳ್ಳಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಆರ್ಥಿಕತೆ ಎಂಬ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ ದೊಡ್ಡ ಹಿಡುವಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿಗಳಿಗಿಂತ ಅಧಿಕ. ಇದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ ಅವರು ಉಪಯೋಗಿಸುವ ಸಂಪನ್ಮೂಲದ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ವೆಚ್ಚ. ಹಾಗೆಯೇ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಆದಾಯವೂ ದೊಡ್ಡ ಹಿಡುವಳಿದಾರರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿಗೆ ಇದೆ. ದೊಡ್ಡ ಹಿಡುವಳಿದಾರರಿಗೆ ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯವು ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಒಂದಕ್ಕೆ ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರಿಗಿಂತ ರೂ. 2,955.70 ಅಧಿಕ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ.

❖ ಕೆರೂರು ಮತ್ತು ಇತರರು (1997) ಉತ್ತರ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಎಂಬ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ಪ್ರತೀ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಸಣ್ಣ, ಮಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ದೊಡ್ಡ ರೈತರಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ ರೂ. 5,652.55, ರೂ. 5,693.11 ಮತ್ತು ರೂ. 5,587.73 ಆಗಿದೆ. ಸರಾಸರಿ ಇಳುವರಿಯು ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಒಂದಕ್ಕೆ 8.99 ಕ್ವಿಂಟಲ್ ಆಗಿದ್ದು ಗಳಿಕೆ–ವೆಚ್ಚ ಅನುಪಾತವು 1.88 ಆಗಿದೆ.

❖ ಸೈನ್ ಮತ್ತು ಇತರರು (1999) ಲುಧಿಯಾನಾ ನಗರದ ಚಳಿಗಾಲದ ಟೊಮೆಟೋ ಕೃಷಿಯ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಪ್ರತೀ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ರೈತರು ಒಟ್ಟು ರೂ. 43,472ನ್ನು ಆದಾಯವಾಗಿ ಗಳಿಸುತ್ತಿದ್ದು ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚವು ರೂ. 22,963 ಮತ್ತು ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯ ರೂ.20,509 ಆಗಿದೆ. ಹಲವು ಪ್ರಮಾಣದ ಹಿಡುವಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಮಧ್ಯಮ ರೈತರು ಹೆಚ್ಚುಗಳಿಸುತ್ತಿದ್ದು (ರೂ. 21,494) ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ದೊಡ್ಡ ರೈತರು ಕ್ರಮವಾಗಿ ರೂ. 20,184 ಮತ್ತು ರೂ. 19,775 ಆದಾಯ ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಸಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಸಿಂಗ್ (1999) ಉತ್ತರ ಪ್ರದೇಶದ ವಾರಣಾಸಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಆದಾಯಗಳನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಅತ್ಯಂತ ಗರಿಷ್ಠ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚವು ಪ್ರತೀ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಆಗಿದೆ. ಅದು ಬಟಾಟೆಗೆ ರೂ.

20,971, ಹೂಕೋಸು ರೂ. 14,587, ಬದನೆ ರೂ. 12,719 ಮತ್ತು ಟೊಮೆಟೋ ರೂ. 12,388 ಆಗಿದೆ. ಅಂತೆಯೇ ಗರಿಷ್ಠ ಆದಾಯವನ್ನು ಕ್ರಮವಾಗಿ ಮೆಣಸು, ಟೊಮೆಟೋ, ಬದನೆ, ಹೂಕೋಸು ಮತ್ತು ಬಟಾಟೆಗಳಿಂದ ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ.

❖ ಅತಿಬುದ್ಧಿ (1999) ಒರಿಸ್ಸ ರಾಜ್ಯದ ಕಟಕ್ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಹಣಕಾಸಿನ ವಿಷಯವನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡುತ್ತಾ ಅತಿ ಸಣ್ಣ ರೈತರ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಪ್ರತೀ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ರೂ. 17,318 (ಟೊಮೆಟೋ), ರೂ. 19,335 (ಬದನೆ), ರೂ. 18,908 (ಹೂಕೋಸ್) ಮತ್ತು ರೂ. 19,722 (ಕ್ಯಾಬೆಜ್). ಸಣ್ಣ ರೈತರಲ್ಲಿ ಇದೇ ಬೆಳೆಗೆ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ಕ್ರಮವಾಗಿ ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ರೂ. 17,643, ರೂ. 20,827, ರೂ. 19,774 ಮತ್ತು ರೂ. 21,192 ಆಗಿದೆ. ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚ ಶೇ.73 ರಿಂದ ಶೇ.79 ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವು ಶೇ.21 ರಿಂದ ಶೇ.27. ಆದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಸಣ್ಣ ರೈತರಿಗೂ ಅತಿ ಸಣ್ಣ ರೈತರಿಗೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಂತರವಿಲ್ಲ.

❖ ಮಿಶ್ರ ಮತ್ತು ಇತರರು (1999) ಮೆಣಸಿನ ಉತ್ಪಾದನ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದರು. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಸಣ್ಣ ರೈತರ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ರೂ. 22,782.63 ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಮ ರೈತರ ವೆಚ್ಚವು ರೂ. 21,848.90 ಆಗಿದೆ. ಈ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಸಣ್ಣ ರೈತರು ಶೇ. 28.19ನ್ನು ಗೊಬ್ಬರ ಮತ್ತು ಕೂಲಿಗಾಗಿ ವೆಚ್ಚ ಮಾಡಿದರೆ ಮಧ್ಯಮ ರೈತರು ಆ ಬಾಬ್ತು ಶೇ. 16.56ರಷ್ಟನ್ನು ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಮದನ್ ಮತ್ತು ಇತರರು (1999) ಬಿಹಾರದ ರಾಂಚಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಚೋಟಾನಾಗಪುರ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಹೂಕೋಸಿನ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸುತ್ತಾ ಹೂಕೋಸಿನ ಬೆಳೆಯಿಂದ ರೈತರು ಸಾಕಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಆದಾಯವನ್ನು ಗಳಿಸಬಹುದು ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ. ಅಗತ್ಯಕ್ಕಿಂತ ಸುಮಾರು ಎರಡು ಪಟ್ಟು ಹೆಚ್ಚು ರಸಗೊಬ್ಬರ ಬಳಕೆಯಿಂದ ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೆರ್‌ಗೆ ಸುಮಾರು ರೂ. 3,308.34ನ್ನು ವೆಚ್ಚಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ತಲಾ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಉತ್ಪನ್ನವು 48.30 ಕ್ವಿಂಟಲ್ ಮತ್ತು ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯ ರೂ. 12,727.73 ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಬಾಳಪ್ಪ ಶಿವರಾಯ (2000) ಉತ್ತರ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳ ಉತ್ಪಾದನ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ರಫ್ತು ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಬದನೆಗೆ (ರೂ 70,045.41) ಟೊಮೆಟೋಕ್ಕೆ (ರೂ 59880) ಬಟಾಟೆಗೆ (ರೂ 25973.07) ಮತ್ತು ನೀರುಳ್ಳಿಗೆ ರೂ 24,400 ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಶೇ. 28 ರಿಂದ ಶೇ. 84ರವರೆಗೆ ಮಾತ್ರ ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ.

ಹಾಗಿದ್ದರೂ ಆದಾಯ ವೆಚ್ಚದ ಅನುಪಾತವು ನೀರುಳ್ಳಿಗೆ 2.08, ಬಟಾಟೆಗೆ 1.71, ಟೊಮೆಟೋಗೆ 1.68 ಮತ್ತು ಬದನೆಗೆ 1.47 ಆಗಿದೆ. ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಟೊಮೆಟೋಗೆ ಶೇ. 48.85, ಬದನೆಗೆ ಶೇ. 47.93, ಬಟಾಟೆಗೆ ಶೇ. 31.43 ಮತ್ತು ನೀರುಳ್ಳಿಗೆ ಶೇ. 31.39 ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಉದಾರೀಕರಣದ ನಂತರ ತರಕಾರಿ ರಫ್ತುವಿನ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯದಲ್ಲಿ ನಿರಂತರ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ.

❖ ರಾಜೇಂದ್ರ ಪ್ರಸಾದ್ ಮತ್ತು ಇತರರು (2001) ಆಂಧ್ರಪ್ರದೇಶದ ಗುಂಟೂರು ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಹತ್ತಿ ಬೆಳೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಸಂವಾದಿ ಬೆಳೆಗಳ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಆದಾಯದ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದರು. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ಹತ್ತಿ ಬೆಳೆಯ ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ರೂ. 11,331.37. ಇತರ ಬೆಳೆಗಳ ಮಾದರಿ ಸೋಯಾಬೀನ್ – ಕಡಲೆ (ರೂ. 4,217.92) ಸೋಯಾಬೀನ್-ಕೆಂಪುಕಡಲೆ (ರೂ. 4,379.81) ಮತ್ತು ಸೋಯಾಬೀನ್-ಜೋಳ (ರೂ. 1,334)ಗಿಂತ ಅಧಿಕ. ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚ ಅಧಿಕವಾಗಿದ್ದರೂ ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯವು ಹತ್ತಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ ಎಂದು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಮಹಂತೇಶ (2002) ಬೆಳಗಾಂ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಹತ್ತಿ ಬೆಳೆಯ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಆದಾಯವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಹತ್ತಿ ಬೆಳೆಯ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ರೂ. 30,058.77, ಆದಾಯ ರೂ. 33,147.75 ಮತ್ತು ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯ ರೂ. 3,088.98 ಎಂದು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಅನಾಮಧೇಯ (2002) ಹಲವು ಬೆಳೆಗಳ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಹೋಲಿಸಿ ದ್ವಿದಳ ಧಾನ್ಯಗಳಿಂದ ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯ ಕಡಿಮೆ ಮತ್ತು ಗೋಧಿ ಅನಂತರ ಹತ್ತಿ ಬೆಳೆದಲ್ಲಿ ಆದಾಯ ಜಾಸ್ತಿ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ. ಅಲ್ಲದೆ ದ್ವಿದಳ ಧಾನ್ಯಗಳ ಪೈಕಿ ಹೆಸರುಕಾಳು ಹೆಚ್ಚಿನ ಆದಾಯವನ್ನು ತರುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಬಾಳಪ್ಪ ಮತ್ತು ಹುಗಸ್ (2003) ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ನೀರುಳ್ಳಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಯ ಬಗ್ಗೆ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ನಡೆಸಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಒಂದರ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ರೂ 24,400 ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ಬದಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚವು ಶೇ. 90 ಎಂದೂ ಅದರಲ್ಲಿ ಕೂಲಿವೆಚ್ಚವು ಅಧಿಕವಾಗಿದ್ದು (ಶೇ. 37.91)ಉಳಿದಂತೆ ರಸಗೊಬ್ಬರ ವೆಚ್ಚ (ಶೇ. 12.89) ನೀರಾವರಿ (ಶೇ. 9.82) ಮತ್ತು ಬೀಜವೆಚ್ಚಗಳು (ಶೇ. 8.14) ಇತರ ವೆಚ್ಚಗಳಾಗಿವೆ. ಇದರಿಂದ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ರೀತಿಯಲ್ಲೇ ಅಂದರೆ ಮಾನವ ಶ್ರಮ ಆಧಾರಿತವಾಗಿಯೇ ಬೆಳೆಯುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ತಿಳಿದುಬಂದಿದೆ. ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಒಂದರಿಂದ ಬೆಳೆಗಾರರು ಗಳಿಸುವ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯವು ರೂ. 69,828.67 ಆಗಿದ್ದು ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯವು ರೂ. 45,429.29 ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

ಮೇಲೆ ವಿವರಿಸಲಾದ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಗಳಿಕೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಅಧ್ಯಯನಗಳಲ್ಲಿ ರೂಪಿತವಾದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಮತ್ತು ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಧ್ಯಯನದ ಸಮಸ್ಯೀಕರಣ ಮತ್ತು ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ವಿವೇಚಿಸಬಹುದು. ಹಲವು ಪೂರ್ವಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬಂದಂತೆ ಹಿಡುವಳಿ ಪ್ರಮಾಣ, ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚ, ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯಗಳ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯ ನಡುವೆಯೂ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಬಹುದು.

ಮೇಲಿನ ಅಧ್ಯಯನಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬಂದಂತೆ ಭಾರತದಾದ್ಯಂತ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಹಿಡುವಳಿ ಪ್ರಮಾಣಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚಗಳ ನಡುವೆ ಋಣಾತ್ಮಕ ಸಂಬಂಧವು ಕಂಡುಬಂದಿವೆ. ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುವವರಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ರೈತರು ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರಾಗಿರುವ ಕಾರಣ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ಅಧಿಕವಿದೆ ಎಂದು ಕಲ್ಪಿಸಬಹುದು.

ಹಾಗೆಯೇ ಹಿಡುವಳಿ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯದ ಮಧ್ಯೆ ನೇರ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಹಲವು ಅಧ್ಯಯನಗಳು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸಿವೆ. ಈ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ವಿವೇಚಿಸುವುದಾದರೆ ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿರುವ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರು ಮತ್ತು ಅವರ ನಿವ್ವಳ ಗಳಿಕೆಯು ಅಲ್ಪಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿದೆ ಎಂದು ತೀರ್ಮಾನಿಸಬಹುದು. ಆದ್ದರಿಂದ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುವಿಕೆಯು ಲಾಭದಾಯಕವಾಗಬೇಕಿದ್ದರೆ ಹಿಡುವಳಿಯ ಹೆಚ್ಚಳದ ಹೊರತಾದ ಉಪಕ್ರಮಗಳ ಮೂಲಕ ನಡೆಯಬೇಕಾಗಿದೆ. ಹೀಗಿದ್ದರೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಮೀಕ್ಷೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುವುದು ಲಾಭದಾಯಕ ಎಂಬ ಪೂರ್ವಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಹೊಂದಬಹುದು.

ಇನ್ನುಳಿದಂತೆ ಹಿಡುವಳಿ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ ನಡುವೆ ಧನಾತ್ಮಕ ಸಂಬಂಧ ಕಂಡುಬಂದಿದೆ. ಆದರೆ ಈ ಪ್ರಮೇಯವನ್ನು ಸಾರ್ವತ್ರೀಕರಣಗೊಳಿಸುವುದು ಕಷ್ಟಸಾಧ್ಯ. ಹಲವು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಹಲವು ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಭೂಬಳಕೆ ಮಾಡುವ ಕಾರಣ ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಆಹಾರೇತರ ಬೆಳೆಗಳ ನಡುವೆ ಹೋಲಿಕೆಯು ಸಾಧುವಲ್ಲ. ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯನ್ನು ಹಿಡುವಳಿ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕಿಂತಲೂ ಇತರ ಅಂಶಗಳು ನಿರ್ಧರಿಸುವ ಕಾರಣ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವ ನಿರ್ಧಾರಕಗಳನ್ನು ಸಂಶೋಧಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ.

ಹೀಗೆ ಪೂರ್ವಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆಯಲ್ಲಿ ರೂಪಿತವಾದ ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶ, ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಮತ್ತು ಹಲವು ಆಯಾಮಗಳು ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಮತ್ತು ಆಯಾಮಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಸಹಕರಿಸಿವೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ

ಉತ್ಪಾದನೆಯ ವೆಚ್ಚ, ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಮತ್ತು ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಈ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

2.2 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಚು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಅಧ್ಯಯನಗಳು :

❖ ನಾಗರಾಜ ಮತ್ತು ಇತರರು (1985) ಹಲವು ಆಯ್ದ ಹಣ್ಣು ಮತ್ತು ತರಕಾರಿಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಎಂಬ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರು ಅತ್ಯಂತ ಹೆಚ್ಚು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಬದನೆಯಲ್ಲಿ (ಶೇ. 7.63) ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವನ್ನು (ಶೇ. 4.01) ಟೊಮೆಟೋ ಬೆಳೆಯಲ್ಲೂ ಭರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಕಮೀಷನ್ ಎಜೆಂಟರು ಭರಿಸುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವು ಟೊಮೆಟೋ (ಶೇ. 4.06) ಮತ್ತು ಬದನೆ (ಶೇ. 1.10) ಆಗಿದೆ. ಇದೇ ಎರಡು ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಅವರು ಗ್ರಾಹಕರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಪಡೆಯುವ ಪಾಲು ಶೇ. 3.99 (ಬದನೆ) ಮತ್ತು ಶೇ. 7.94 (ಟೊಮೆಟೋ) ಆಗಿದೆ. ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಭರಿಸುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವು ಟೊಮೆಟೋದಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ (ಶೇ. 17.05) ಮತ್ತು ಬದನೆಯಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ (ಶೇ. 7.05). ಹೀಗಿದ್ದರೂ ಅದರ ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯವು ಬಹುತೇಕ ಸಮಾನವಾಗಿದೆ. (ಬದನೆ ಶೇ. 21.76 ಮತ್ತು ಶೇ. 21.89)

❖ ಶಶಿಕುಮಾರ್ (1987) ಹಾಸನ ತಾಲೂಕಿನ ಮಳೆ ಆಧಾರಿತ ಬಟಾಟೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಆರ್ಥಿಕತೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಅವರು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಎರಡು ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ.

ಹಾಸನ ತಾಲೂಕು :

1) ಉತ್ಪಾದಕ – ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ
2) ಉತ್ಪಾದಕ – ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ

ಬೆಂಗಳೂರು ಜಿಲ್ಲೆ :

1) ಉತ್ಪಾದಕ – ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ – ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ
2) ಉತ್ಪಾದಕ – ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ – ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ

ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಹಾಸನ ತಾಲೂಕಿನ ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಶೇ. 44.26 ರಷ್ಟನ್ನು ಬೆಂಗಳೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ, ಶೇ. 26.47 ರಷ್ಟನ್ನು ಸ್ಥಳೀಯ ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ, ಶೇ. 17.34 ರಷ್ಟನ್ನು ಹಾಸನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ, ಶೇ. 8.8ರಷ್ಟನ್ನು ಮುಂಬಯಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಮತ್ತು ಶೇ. 3.11 ರಷ್ಟನ್ನು ಇತರ ಕಡೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಲಾಗುತ್ತದೆ.

❖ ರಾಜಗೋಪಾಲ (1987) ಹಣ್ಣುಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಆರ್ಥಿಕತೆ ಎಂಬ ವಿಷಯವನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಪಾಲನ್ನು ಸೇಬು ಹಣ್ಣಿನಲ್ಲೂ ಅನಂತರ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಮಾವಿನ ಹಣ್ಣು ಮತ್ತು ಪೇರಳೆ ಹಣ್ಣುಗಳಲ್ಲಿ ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಆದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವು ಪೇರಳೆ ಹಣ್ಣಿನಲ್ಲಿ ಅಧಿಕವಿದ್ದು ಮಾವಿನ ಹಣ್ಣು ಮತ್ತು ಸೇಬು ಹಣ್ಣುಗಳಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ ಇವೆ. ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಮೂಲಕ ನೇರ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದರೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪಾಲನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ.

❖ ಕಿರೆಸೂರು (1987) ದಾರವಾಡ ಮತ್ತು ಹುಬ್ಬಳ್ಳಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಎಂಬ ವಿಷಯವನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ ಎರಡು ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿದಾನಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದ್ದಾರೆ.

1) ಉತ್ಪಾದಕ/ಮಾರಾಟಗಾರ-ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್-ರಖಂವ್ಯಾಪಾರಿ-ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ-ಗ್ರಾಹಕ

2) ಉತ್ಪಾದಕ-ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ-ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್-ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ-ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ-ಗ್ರಾಹಕ

ಈ ಎರಡು ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಥಮ ವಿಧಾನವು ಹೆಚ್ಚು ಸಶಕ್ತವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪಾಲನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಜನಪ್ರಿಯವಾಗಿದೆ. ಈ ವಿಧಾನವು ಹೆಚ್ಚು ರೈತರನ್ನು ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಮಾಣದ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಿದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಶರ್ಮ ಮತ್ತು ಪಂತ್ (1988) ಗುಜರಾತ್‌ನ ದಕ್ಷಿಣ ಸೌರಾಷ್ಟ್ರದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಎಂಬ ವಿಷಯವನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಫಲಿತದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವು ಬೇಗನೆ ಹಾಳಾಗುವ ತರಕಾರಿಗಳಲ್ಲಿ ಅಧಿಕವಾಗಿದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಅದು ಪ್ರತಿ ಕ್ವಿಂಟಾಲ್ ಟೊಮೆಟೋಗೆ ರೂ 108.04, ಮೆಣಸು ರೂ. 101.84, ಬದನೆ ರೂ. 61.75 ಮತ್ತು ಎಲಕೋಸು ರೂ. 50.46 ಆಗಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಗರಿಷ್ಠವೆಚ್ಚವು ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟರಿಗೆ ಪಾವತಿ ಮಾಡುವ ಕಮೀಷನ್ ಆಗಿದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆವೆಚ್ಚವು ಕ್ವಿಂಟಲ್ ಒಂದಕ್ಕೆ ಟೊಮೆಟೋ (ರೂ. 139.76) ಮತ್ತು ಅನಂತರದ ಸ್ಥಾನಗಳಲ್ಲಿ ಮೆಣಸು (ರೂ. 65.98) ಬದನೆ (ರೂ 61.12) ಮತ್ತು ಎಲೆಕೋಸುಗಳು (ರೂ. 45.82) ಇವೆ.

❖ ಪಾಟೀಲ್ (1989) ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರದಲ್ಲಿ ಮಾವಿನ ಹಣ್ಣಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಎಂಬ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ನಾಲ್ಕು ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನವನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ.

1) ಉತ್ಪಾದಕ – ಗ್ರಾಹಕ – (ನೇರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ)
2) ಉತ್ಪಾದಕ – ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ – ಗ್ರಾಹಕ – (ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ)
3) ಉತ್ಪಾದಕ – ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ – ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ – (ಮಧ್ಯವರ್ತಿ ಮಾರಾಟ)
4) ಉತ್ಪಾದಕ – ಕೊಯ್ಲು ಪೂರ್ವಗುತ್ತಿಗೆದಾರ – ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ – ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ – (ಗುತ್ತಿಗೆ ಮಾರಾಟ)

ಗುತ್ತಿಗೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರು ಬುಟ್ಟಿಗೆ ಅತ್ಯಂತ ಕನಿಷ್ಠ ಧಾರಣೆಯನ್ನೂ (ರೂ.28.50) ಪೂರ್ಣ ಬಲಿತ ನಂತರದ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಲೆಯನ್ನೂ (ರೂ.39.90) ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ. ಸರಾಸರಿ ಬೆಲೆಯು ಬುಟ್ಟಿಯೊಂದರ ರೂ. 29.40 ಆಗಿದೆ. ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ, ಉತ್ಪಾದಕರು ನೇರ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಲಾಭಗಳಿಸಬಹುದು ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡುತ್ತಾರೆ.

❖ ಕರಿಸೋಮನಗೌಡರ್ (1990) ಧಾರವಾಡ ಜಿಲ್ಲೆ ಗದಗ ತಾಲೂಕಿನ ಮಳೆ ಆಧಾರಿತ ನೀರುಳ್ಳಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಆರ್ಥಿಕತೆ ಎಂಬ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಅರ್ಧಯಯನ ನಡೆಸಿ ಮೂರು ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಗದಗ ತಾಲೂಕು :

1) ಉತ್ಪಾದಕ– ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ಗ್ರಾಹಕ
2) ಉತ್ಪಾದಕ–ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ–ಗಾಡಿ ಮಾರಾಟಗಾರ–ಗ್ರಾಹಕ
3) ಉತ್ಪಾದಕ– ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್– ರಖಂವ್ಯಾಪಾರಿ– ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ಗ್ರಾಹಕ

ಹುಬ್ಬಳ್ಳಿ :

1) ಉತ್ಪಾದಕ– ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ರಖಂವ್ಯಾಪಾರಿ– ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ಗ್ರಾಹಕ
2) ಉತ್ಪಾದಕ– ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್– ರಖಂವ್ಯಾಪಾರಿ– ಗಾಡಿವ್ಯಾಪಾರಿ– ಗ್ರಾಹಕ
3) ಉತ್ಪಾದಕ– ರಖಂವ್ಯಾಪಾರಿ– ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ಗ್ರಾಹಕ

ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರದ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸುತ್ತ ಅವರು – ಗದಗ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಬೆಲೆಯ ಶೇ. 43.26 ಮೊದಲನೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ, ಶೇ. 61.85 ಎರಡನೆಯ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಶೇ. 64.36 ಮೂರನೆಯ ವಿಧಾನದಲ್ಲೂ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ದೊರಕುತ್ತಿದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಹುಬ್ಬಳ್ಳಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲೂ ಮೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ. 43.5, ಶೇ. 63.28 ಮತ್ತು ಶೇ. 63.18 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕೈ ಸೇರುತ್ತದೆ. ಈ ಎರಡೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಥಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಅತಿ ಕಡಿಮೆ ಪಾವತಿಯಾಗುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಅಣ್ಣೇಶ್ ಡಿ. ನ್ಯಾಕ್ (1993) ಕರ್ನಾಟಕದ ಬಿಜಾಪುರ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ನೀರುಳ್ಳಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವರು ಎರಡು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ.

1) ಉತ್ಪಾದಕ/ಮಾರಾಟಗಾರ–ಗ್ರಾಮೀಣವ್ಯಾಪಾರಿ–ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ – ರಖಂ/ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ.
2) ಉತ್ಪಾದಕ ಮಾರಾಟಗಾರ – ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ – ರಖಂ ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ.

ಈ ಮೇಲಿನ ಎರಡು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳ ಪೈಕಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಚು ವ್ಯತ್ಯಸ್ತವಾಗಿದೆ. ಪ್ರಥಮ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ದೊಡ್ಡ ರೈತರಿಗೆ ಕ್ರಮವಾಗಿ ರೂ. 133.12 ಮತ್ತು ರೂ. 123.73 (ಕ್ವಿಂಟಾಲ್ ಒಂದಕ್ಕೆ) ದೊರೆತರೆ ಎರಡನೆಯ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಅದು ರೂ. 100.68 ಮತ್ತು ರೂ. 101.93 ಆಗಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಎರಡನೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನವು ಹೆಚ್ಚು ದಕ್ಷತೆಯಿಂದ ಕೂಡಿದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡುತ್ತಾರೆ.

❖ ಚಾಹಲ್ ಮತ್ತು ಇತರರು (1997) ಪಂಜಾಬ್ ರಾಜ್ಯದ ಅಮೃತ್‌ಸರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಟೊಮೆಟೋ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿ ಎರಡು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ.

1) ಉತ್ಪಾದಕ– ರಖಂವ್ಯಾಪಾರಿ– ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ಗ್ರಾಹಕ
2) ಉತ್ಪಾದಕ– ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ಗ್ರಾಹಕ

ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಮೊದಲನೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಕ್ಕಿಂತ (ರೂ. 117.91 ಕ್ವಿಂಟಾಲ್ ಒಂದಕ್ಕೆ) ಎರಡನೆಯ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ (ರೂ 145.26) ಅಧಿಕ ಧಾರಣೆ ಲಭಿಸಿದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಪಟೇಲ್ ಮತ್ತು ಇತರರು (1997) ಗುಜರಾತ್‌ನ ಆನಂದ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ಪ್ರಬಲ 10 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕಂಪೆನಿಗಳು ಎಲೆಕೋಸು ಮತ್ತು ಬಟಾಟೆ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ. 28 ಮತ್ತು ಶೇ. 20 ರಷ್ಟು ಹಿಡಿತ ಸಾಧಿಸಿದೆ. ಶೇ. 28ರಷ್ಟು ಕಂಪೆನಿಗಳು ಹಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ–ಯಾದರೂ ಹಲವು ಅವ್ಯವಹಾರಗಳು ನಡೆಯುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಮನಗಂಡಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಚೌಹಾಣ್ ಮತ್ತು ಇತರರು (1998) ಉತ್ತರ ಪ್ರದೇಶದ ಆಲಂಪುರ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಅಭ್ಯಸಿಸಿ ಮೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು

ತಿಳಿಸಿದ್ದಾರೆ. ನೇರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪಾಲು ದೊರಕುತ್ತದೆ (ಶೇ. 90–94). ಆದರೆ ಅತ್ಯಂತ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿರುವ ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ಗ್ರಾಹಕ. ಈ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಶೇ. 60–63 ಪಾವತಿಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿರುವ ವಿಧಾನವು ಇನ್ನಷ್ಟು ಉತ್ಪಾದಕ ಸ್ನೇಹಿ ಮತ್ತು ವೆಚ್ಚ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದರೆ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಉತ್ತೇಜನ ಲಭಿಸುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ.

❖ ಅಗರ್‌ವಾಲ್ (1999) ರಾಜಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ, ಅಂಚು ಮತ್ತು ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರದ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಎರಡು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಪ್ರಸ್ತಾಪಿಸಿದ್ದಾರೆ.

1) ಉತ್ಪಾದಕ– ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್/ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ಗ್ರಾಹಕ

2) ಉತ್ಪಾದಕ– ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್– ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ಚಿಲ್ಲರೆವ್ಯಾಪಾರಿ– ಗ್ರಾಹಕ

ಟೊಮೆಟೋ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಮೊದಲನೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯ ಶೇ. 79.96 ರಷ್ಟನ್ನು ಬೆಳೆಗಾರರು ಪಡೆದರೆ ಎರಡನೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಅವರ ಪಾಲು ಶೇ. 47.61. ಹೂಕೋಸಿನ ಮಾರಾಟದಲ್ಲೂ ಮೊದಲನೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಶೇ. 54.62 ಮತ್ತು ಎರಡನೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಶೇ. 52.09 ರಷ್ಟನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ.

❖ ಅತಿಬುದ್ಧಿ (1999) ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸುತ್ತ ಅತಿ ಸಣ್ಣ ರೈತರು ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ರೈತರು ಎಕರೆ ಒಂದಕ್ಕೆ ಭರಿಸುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಅತಿ ಸಣ್ಣ ರೈತರು ಎಕರೆ ಒಂದಕ್ಕೆ ಟೊಮೆಟೋ, ಬದನೆ, ಹೂಕೋಸು, ಎಲೆಕೂಸು ತರಕಾರಿಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ ರೂ. 4332, ರೂ 4615, ರೂ 5228, ರೂ 5280ನ್ನು ಭರಿಸಿದರೆ ಸಣ್ಣ ರೈತರು ಕ್ರಮವಾಗಿ ಅದೇ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ರೂ 3782, ರೂ 4845, ರೂ4998, ರೂ 5336ನ್ನು ಭರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಒಟ್ಟು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಬಹುಪಾಲು ಕಮಿಷನ್ ಶೇ. 42–55 ಆದರೆ ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚವು ಶೇ. 39–51, ಪೊಟ್ಟಣ ಕಟ್ಟುವ ವೆಚ್ಚ ಶೇ. 4–10 ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪಾವತಿಯು ಶೇ. 5 ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಚೌಹಾಣ್ ಮತ್ತು ಇತರರು (1999) ಉತ್ತರ ಪ್ರದೇಶದ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿ ಮೂರು ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದ್ದಾರೆ.

1) ಉತ್ಪಾದಕ- ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್- ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ- ಗ್ರಾಹಕ

2) ಉತ್ಪಾದಕ- ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್/ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ - ಗ್ರಾಹಕ

3) ಉತ್ಪಾದಕ- ಗ್ರಾಹಕ

ಈ ಮೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಗರಿಷ್ಠ ಪಾವತಿಯು (ಶೇ. 91-94) ಮೂರನೆಯ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಲಭಿಸಿದೆ. ಎರಡನೆಯ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಶೇ. 85-88 ಮತ್ತು ಮೊದಲನೆಯ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಶೇ. 60-63ರಷ್ಟನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ. ಇದು ಉತ್ಪಾದಕರು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಮಧ್ಯೆ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಜಾಸ್ತಿಯಾದಂತೆ ಪಾವತಿಯು ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸಿದೆ. ಆದರೆ ಹೆಚ್ಚು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನವು ಪ್ರಮುಖವಾದುದು ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿದೆ.

ಆದ್ದರಿಂದ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸದೃಢಗೊಳಿಸಲು ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಸಂಘ ಅಥವಾ ಬೆಳೆಗಾರರ ಒಕ್ಕೂಟದ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಮನಗಂಡಿದ್ದಾರೆ.

❖ ದುರ್ಗಾ (1999) ವಿಶಾಖಪಟ್ಟಣದ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಎರಡು ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ.

1) ಉತ್ಪಾದಕ- ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ- ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ- ಗ್ರಾಹಕ

2) ಉತ್ಪಾದಕ - ಗ್ರಾಹಕ

ಎರಡನೆಯ ವಿಧಾನದ ರೈತ ಬಜಾರ್‌ನ ಮೂಲಕ ಎಲ್ಲ ತರಕಾರಿಗಳಲ್ಲೂ ಶೇ. 100ರಂತೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಬೆಲೆಯು ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಪಾವತಿಯಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ಮೊದಲನೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಬಟಾಟೆಗೆ ಶೇ. 70.89 , ನೀರುಳ್ಳಿಗೆ ಶೇ. 69.72, ಟೊಮೆಟೋಗೆ ಶೇ. 65-89 ಮತ್ತು ಬದನೆಗೆ ಶೇ. 48.74 ರಷ್ಟು ಪಾವತಿಯಾಗಿದೆ.

❖ ಪಂತ್ ಮತ್ತು ಕುಮಾರ್ (1999) ರಾಜಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿ ಟೊಮೆಟೋ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ವ್ಯಾಪಕವಾದ ವಿಧಾನವನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಉತ್ಪಾದಕ - ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ / ರಖಂವ್ಯಾಪಾರಿ- ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ- ಗ್ರಾಹಕ

ಟೊಮೆಟೋ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ಕ್ವಿಂಟಲ್‌ಗೆ ಉತ್ಪಾದಕರು ಭರಿಸುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವು ರಸ್ತೆ ಸಹಿತ ಮತ್ತು ರಸ್ತೆ ರಹಿತ ರೈತರಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ ರೂ 52.69 ಮತ್ತು ರೂ. 57.78. ಹಾಗೆಯೇ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಕಳೆದು ರಸ್ತೆ ಸಹಿತ ಮತ್ತು ರಸ್ತೆ ರಹಿತ ರೈತರು ಗಳಿಸುವ ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯವು ಪ್ರತಿ ಕ್ವಿಂಟಾಲ್‌ಗೆ ರೂ. 92.68 ಮತ್ತು ರೂ. 91.46 ಆಗಿದೆ.

❖ ಪಟೇಲ್ ಮತ್ತು ಇತರರು (1999) ಗುಜರಾತ್‌ನ ಬಾಣಸಕಾಂತ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಎಲೆಕೋಸು ಮತ್ತು ಹೂಕೋಸಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದರು. ಶೇ. 99.5 ರಷ್ಟು ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರ- ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್- ಮತ್ತು ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ಮೂಲಕವೇ ವ್ಯಾಪಾರವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದ ಅಂತರವು ಈ ಎರಡು ತರಕಾರಿಗಳ ಮಧ್ಯೆ , ಎಲೆಕೋಸು (ರೂ 130.67 / ಕ್ವಿಂ) ಮತ್ತು ಹೂಕೋಸು (ರೂ 116.98/ಕ್ವಿಂ) ಕಡಿಮೆ ಇದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಬಹುಪಾಲು (ಶೇ. 38.20) ಕಮಿಷನ್ ಆಗಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಪಾಲಾಗುವುದು ಶೇ. 55.24 (ಎಲೆಕೋಸು) ಮತ್ತು ಶೇ. 50.80 (ಹೂಕೋಸು) ಮಾತ್ರ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಸಕ್ಸೇನ ಮತ್ತು ಇತರರು (1999) ಉತ್ತರ ಪ್ರದೇಶದ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯ ಭೌಗೋಳಿಕ ವಿಸ್ತಾರವನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡುತ್ತ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಇರುವಿಕೆಯಿರುವಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ ಅಧಿಕ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ದುಬಾರಿ ತರಕಾರಿಗಳ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಪಾಲು ಅಧಿಕ ಮತ್ತು ಶೀಘ್ರ ಹಾಳಾಗುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳ ಮಧ್ಯೆ ನೇರವಾಗಿಯೂ ಗ್ರಾಹಕರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಪಾಲಿನ ನಡುವೆ ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿಯೂ ಸಂಬಂಧ ಹೊಂದಿದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ.

❖ ಸಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಸಿಂಗ್ (1999) ಉತ್ತರ ಪ್ರದೇಶದ ವಾರಣಾಸಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸುತ್ತ, ತರಕಾರಿಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮೂರು ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ.

1) ಉತ್ಪಾದಕ – ಗ್ರಾಹಕ
2) ಉತ್ಪಾದಕ- ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ- ಗ್ರಾಹಕ
3) ಉತ್ಪಾದಕ- ರಖಂವ್ಯಾಪಾರಿ- ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ- ಗ್ರಾಹಕ

ಮೊದಲನೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಪಾಲು ಶೇ.89–ಶೇ.96, ಎರಡನೆಯ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಶೇ.68.5–ಶೇ.83.6 ಮತ್ತು ಮೂರನೆಯ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಶೇ.62.7–ಶೇ.73.15 ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಮೂರೂ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಎರಡನೆಯ ವಿಧಾನವು ಅತ್ಯಂತ ವ್ಯಾಪಕ ಮತ್ತು ಜನಪ್ರಿಯ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಸಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಇತರರು (1999) ಪಂಜಾಬ್ ರಾಜ್ಯದ ಹೋಶಿಯಾರ್‌ಪುರ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಟೊಮೊಟೋ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಎಂಬ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದರು. ಬೆಳೆಗಾರರು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಸಂಸ್ಕರಣ ಘಟಕಗಳಿಗೆ ಮಾರಾಟಮಾಡುವುದಕ್ಕಿಂತ ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಿದರೆ ಅಧಿಕ ಧಾರಣೆ (ರೂ. 172.50/ಕ್ವಿ) ಲಭಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಎಕರೆವಾರು ಆದಾಯವು ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ

ಅಧಿಕವಾಗಿದ್ದು (ರೂ. 24150 ಪೆಪ್ಸಿ ಆಹಾರೋದ್ಯಮ) (ರೂ. 20808– ಸಂಸ್ಕರಣ ಘಟಕ)ದಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ ಇದೆ. ಗಮನಾರ್ಹ ಅಂಶವೆಂದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳಿದ್ದೂ ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರು ಹೆಚ್ಚಿನ ಆದಾಯಗಳಿಸುತ್ತಾರೆ.

❖ ವಾಸುದೇವ ಮತ್ತು ಚೌಧರಿ (1999) ಆಂಧ್ರಪ್ರದೇಶದ ಟೊಮೆಟೋ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಎರಡು ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದ್ದಾರೆ.

1) ಉತ್ಪಾದಕ– ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್– ಮಧ್ಯವರ್ತಿ/ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ–ಗ್ರಾಹಕ
2) ಉತ್ಪಾದಕ– ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್– ಪ್ರಾಥಮಿಕ ರಖಂವ್ಯಾಪಾರಿ– ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ಗ್ರಾಹಕ

ಗ್ರಾಹಕರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಪಾಲು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯು ಮೊದಲನೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಎಂದು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಬಾಲಪ್ಪ ಮತ್ತು ಹುಗಾಸ್ (2003) ಕರ್ನಾಟಕದ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ನಾಲ್ಕು ವಿಧದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ.

1) ಉತ್ಪಾದಕ/ಮಾರಾಟಗಾರ– ಗ್ರಾಮೀಣವ್ಯಾಪಾರಿ– ರಖಂವ್ಯಾಪಾರಿ– ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ
2) ಉತ್ಪಾದಕ/ಮಾರಾಟಗಾರ – ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ – ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ಗ್ರಾಹಕ
3) ಉತ್ಪಾದಕ / ಮಾರಾಟಗಾರ – ಕಮಿಷನ್ಏಜೆಂಟ್ / ರಖಂವ್ಯಾಪಾರಿ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ
4) ಉತ್ಪಾದಕ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ಗ್ರಾಹಕ

ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ನಾಲ್ಕನೆಯ ವಿಧಾನವು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿಲ್ಲ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ.

❖ ಚೋಲೆ, ತಾಲತ್ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಕ್ (2003) ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರದಲ್ಲಿ ಬದನೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ಮೂರು ವಿಧದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳಿವೆ.

1) ಉತ್ಪಾದಕ– ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ಗ್ರಾಹಕ
2) ಉತ್ಪಾದಕ– ರಖಂವ್ಯಾಪಾರಿ– ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ಗ್ರಾಹಕ
3) ಉತ್ಪಾದಕ– ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್– ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ– ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ ಗ್ರಾಹಕ

ಈ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಎರಡನೆಯ ವಿಧಾನವು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿದೆ (ಶೇ. 50) ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಮೊದಲನೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯ ಶೇ. 68.28

ಉತ್ಪಾದಕರ ಪಾಲಾದರೆ ಎರಡನೆಯ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಶೇ. 57.94 ಮತ್ತು ಮೂರನೆಯ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಶೇ. 53.14 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕೈಸೇರುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಈ ಮೂರೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯು ಕ್ರಮವಾಗಿ 2.25, 1.37 ಮತ್ತು 1.13 ಇದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಶಂಶೇರ್ ಸಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಚೌಹಾಣ್ (2004) ಹಿಮಾಚಲ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ ನಾಲ್ಕು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ.

1) ಉತ್ಪಾದಕ – ಗ್ರಾಹಕ

2) ಉತ್ಪಾದಕ – ಚಿಲ್ಲರೆವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ

3) ಉತ್ಪಾದಕ – ರಖಂವ್ಯಾಪಾರಿ / ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ

4) ಉತ್ಪಾದಕ – ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ – ರಖಂವ್ಯಾಪಾರಿ – ಚಿಲ್ಲರೆವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ

ಇವುಗಳ ಪೈಕಿ ಮೂರನೆಯ ವಿಧಾನವು ಜನಪ್ರಿಯವಾಗಿದೆ. ಶೇ. 70ಕ್ಕಿಂತಲೂ ಅಧಿಕ ಬೆಳೆಗಾರರು ತಮ್ಮ ಶೇ. 64 ರಿಂದ ಶೇ. 96 ರಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಈ ವಿಧಾನದ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಮೊದಲನೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯ ಶೇ. 94.50 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕೈಸೇರಿದರೆ ಉಳಿದ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಇದು ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ. 70, ಶೇ. 63 ಮತ್ತು ಶೇ. 48.07 ಆಗಿದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಬಿರಾರಿ ಕೆ.ಎಸ್ ಮತ್ತು ಇತರರು (2004) ಪಶ್ಚಿಮ ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರದ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮಾರುಕಟೆ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ ಒಂಬತ್ತು ವಿಧದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಧಾನವಾದುವುಗಳೆಂದರೆ,

1) ಉತ್ಪಾದಕ– ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್– ರಖಂವ್ಯಾಪಾರಿ– ಚಿಲ್ಲರೆವ್ಯಾಪಾರಿ– ಗ್ರಾಹಕ

2) ಉತ್ಪಾದಕ– ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಘ– ರಖಂವ್ಯಾಪಾರಿ– ಚಿಲ್ಲರೆವ್ಯಾಪಾರಿ– ಗ್ರಾಹಕ

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳಲ್ಲಿ, ಕಮಿಷನ್, ಸಾರಿಗೆ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಪೊಟ್ಟಣ ಕಟ್ಟುವ ವೆಚ್ಚಗಳು ಶೇ. 92ಕ್ಕಿಂತಲೂ ಅಧಿಕ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

ಈ ಮೇಲೆ ವಿವರಿಸಿದ ಪೂರ್ವ ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಚು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿವೆ. ಭಾರತದ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಹಲವು ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು

ಗಮನಿಸಬಹುದಾದರೂ ಹಲವು ಅಧ್ಯಯನಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬಂದಂತೆ ವ್ಯಾಪಕವಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಗಳೆಂದರೆ –

1. ಬೆಳೆಗಾರ – ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ.
2. ಬೆಳೆಗಾರ – ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ/ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ – ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ.
3. ಬೆಳೆಗಾರ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ.

ಆದರೆ ರೈತರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಪಾತ್ರವು ಎಲ್ಲೂ ಕಂಡುಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಅಲ್ಲದೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಪಾತ್ರಧಾರಿಗಳಿದ್ದಂತೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಪಾಲಾಗುವ ಪ್ರಮಾಣವು ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ದೀರ್ಘವಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಯ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ ಅಧಿಕವಿದ್ದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯು ಕಡಿಮೆಯಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಧ್ಯಯನದ ಆಶಯಗಳನ್ನು ಹೀಗೆ ವಿವೇಚಿಸಬಹುದು.

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆ ಹಾಗೂ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವವರು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಚು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಕೈ ಸೇರುವ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಬಹುದು. ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಹಲವು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುವ ಕಾರಣ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ತರಕಾರಿಯ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಯು ಏಕಪ್ರಕಾರವಾಗಿದ್ದರೂ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವವರ ಸಂಖ್ಯೆ, ಮಾರುಕಟೆ ದಕ್ಷತೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಚು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಪಾಲು ಬೇರೆ ಬೇರೆಯಾಗಿರಬಹುದು ಎಂಬ ಪೂರ್ವ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಆದ್ದರಿಂದ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿರವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನ ಹಾಗೂ ಅವುಗಳ ದಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಈ ಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ರಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಯಾವ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆದರೆ ರೈತರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಲಾಭದಾಯಕ ಮತ್ತು ಯಾವ ವಿಧಾನದ ಮೂಲಕ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಿಡುಗಡೆಗೊಳಿಸಿದರೆ ಸಿಗತಕ್ಕ ಪ್ರತಿಫಲವೇನು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ತಗ್ಗಿಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುವ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಈ ಪ್ರಬಂಧದ ರಚನೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

2.3 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ಸಂಬಂಧದ ಕುರಿತಾದ ಅಧ್ಯಯನಗಳು:

❖ ನರಸಿಂಹ ರೆಡ್ಡಿ (1986) ಕರ್ನಾಟಕದ ರಾಯಚೂರು ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಹತ್ತಿ ಬೆಳೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಮತ್ತು ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡುತ್ತ ಹತ್ತಿ ಆವಕವು

ರಾಯಚೂರು ಮತ್ತು ಸಿಂಧನೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ. 16.42 ಮತ್ತು ಶೇ. 33.40 ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಜನವರಿಯಿಂದ ಎಪ್ರಿಲ್ ತಿಂಗಳವರೆಗೆ ಒಟ್ಟು ಹತ್ತಿ ಆವಕದ ಶೇ. 83.33 ಮತ್ತು ಶೇ. 94.10 ರಷ್ಟು ಈ ಎರಡು ಮಾರುಕಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಆಗುತ್ತದೆ. ಉಳಿದ ತಿಂಗಳುಗಳಲ್ಲಿ ಆವಕವು ಮೇಲಿನ ಎರಡು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ. 16.67 ಮತ್ತು ಶೇ. 5.84 ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಪಟ್ಟಣ ಶೆಟ್ಟಿ (1987) ಧಾರವಾಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬಟಾಟೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಆರ್ಥಿಕ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಅದರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಮರುಕಟ್ಟೆಯ ಒಟ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದ ಶೇ. 72ರಷ್ಟು ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರುಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟವಾದರೆ ಉಳಿದ ಶೇ. 28 ರಷ್ಟು ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟಗವಾಗುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರುಗಳು ಪ್ರಧಾನ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಪ್ರತಿ ಕ್ವಿಂಟಾಲ್‌ಗೆ ರೂ. 43.92 ರಿಂದ ರೂ. 85.85 ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಪಾಲು ಶೇ. 57 ರಿಂದ ಶೇ. 63., ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವು ಪ್ರತಿ ಕ್ವಿಂಟಾಲ್‌ಗೆ ರೂ. 27 ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಸಾರಿಗೆ, ಪೊಟ್ಟಣ ಕಟ್ಟುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಕಮಿಷನ್‌ಗಳು ಪ್ರಮುಖ ವೆಚ್ಚಗಳಾಗಿವೆ.

❖ ಕೈಂತ್ ಮತ್ತು ಮೆಹ್ರಾ (1988) ಪಂಜಾಬ್‌ನ ಅಮೃತ್‌ಸರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬಟಾಟೆಯ ಆವಕದನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದರು. ವರ್ಷದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕವು ದಶಂಬರ ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿ ಮಾರ್ಚ್‌ನಲ್ಲಿ ಮುಕ್ತಾಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಉಳಿದಂತೆ ಎಪ್ರಿಲ್ ಮತ್ತು ಮೇ ಹಾಗೂ ನವೆಂಬರನಲ್ಲಿ ಸಾಧಾರಣ ಆವಕವಿದ್ದು ಜೂನ್‌ನಿಂದ ಅಕ್ಟೋಬರ್‌ವರೆಗೆ ಕ್ಷೀಣ ಆವಕವಿರುತ್ತದೆ. ಕ್ವಿಂಟಾಲ್ ಒಂದರ ಬಟಾಟೆ ಬೆಲೆಯು ಆವಕವಾಗುವ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನನುಸರಿಸಿ ರೂ. 76.60 ರಿಂದ ರೂ. 137.58ರಷ್ಟಿರುತ್ತದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಪಾರ್ಥಸಾರತಿ ಮತ್ತು ಇತರರು (1988) ಹೈದರಾಬಾದ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ 1980–87ರ ಮಧ್ಯೆ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಬೆಲೆಗಳ ನಡವಳಿಕೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕದ ಏರಿಕೆಯು ಬೆಲೆಗಳ ಗಮನಾರ್ಹ ಇಳಿಕೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿಲ್ಲ ಎಂದು ತಿಳಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಬೆಲೆಗಳ ಏರಿಳಿತವು ಪ್ರತಿವರ್ಷದ ಆಯಾಯಾ ತಿಂಗಳುಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದೇ ತೆರನಾಗಿಲ್ಲ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಬದನೆ ಮತ್ತು ಟೊಮೆಟೋ ಬೆಲೆಗಳು ಅಧ್ಯಯನದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆಗೊಂಡವು ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ದಿನಕರ (1990) ಕರ್ನಾಟಕ ವಿವಿಧ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ನೆಲಗಡಲೆ ಬೆಳೆಯ ಬೆಲೆಯ ಹೋಲಿಕೆ ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದರು. ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಬೆಲೆಗಳ ನಡುವೆ ಸಮಗ್ರತೆಯ ಕೊರತೆಯನ್ನೂ ಬೆಲೆಗಳ ಸಂಬಂಧದಲ್ಲಿ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳನ್ನೂ ಕಂಡುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಆಯರ್ಾ (1991) ಗುಜರಾತ್‌ನ ಖೇಡಾ ಜಿಲ್ಲೆಯ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸಮಗ್ರತೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದರು. ಜಿಲ್ಲೆಯ ನಾಲ್ಕು ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ನಡುವೆ ಬೆಲೆಗಳ ಹೊಂದಾಣಿಕೆ ಪರಸ್ಪರ ಸಹಕಾರ ಹಾಗೂ ಸಂಬಂಧವನ್ನು (ಚಲನೆ) ಗುರುತಿಸಿದರು.

❖ ಮುಂದಿನ ಮನಿ (1993) ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ತೈಲಬೀಜಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಎಂಬ ವಿಷಯವನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ವಿಷದಪಡಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಬಿಜಾಪುರ ಮತ್ತು ತಾಳಿಕೋಟೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ನೆಲಗಡಲೆ, ಗಂಗಾವತಿ ಮತ್ತು ರಾಯಚೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ ಮತ್ತು ಗದಗ ಮತ್ತು ಗಂಗಾವತಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಸಿವೆ ಬೀಜಗಳ ಆವಕಗಳನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ತೈಲಬೀಜಗಳ ಬೆಲೆಗಳು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಏರಿಕೆಯಾಗಿವೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಶರ್ಮ ಮತ್ತು ಶರ್ಮ (1996) ಭಾರತದ ಆಯ್ದ ತರಕಾರಿಗಳ ರಖಂ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಏರಿಳಿತವನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ಕೊಲ್ಕತ್ತಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬಟಾಟೆ, ಟೊಮೆಟೋ ಮತ್ತು ನೀರುಳ್ಳಿಗಳ ರಖಂ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಹೆಯಾನ ಬದಲಾವಣೆಯು ಶೇ. 30, ಶೇ. 36 ಮತ್ತು ಶೇ. 42 ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಬಟಾಟೆಯ ರಖಂ ಬೆಲೆಯ ಬದಲಾವಣೆಯು ಮುಂಬಯಿ ಮತ್ತು ಚೆನ್ನೈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗಿಂತ ಡೆಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಕೋಲ್ಕತ್ತಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಅಲ್ಲದೆ ನೀರುಳ್ಳಿ ಮತ್ತು ಟೊಮೊಟೋಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಬಟಾಟೆಯ ಬೆಲೆ ವ್ಯತ್ಯಾಸವು ಕಡಿಮೆ, ಹಾಗೂ ಬಟಾಟೆ ಟೊಮೆಟೋ ಮತ್ತು ನೀರುಳ್ಳಿಗಳ ರಖಂ ಬೆಲೆಗಳು ಫೆಬ್ರವರಿ-ಮಾರ್ಚ್ ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಕೆಳಮಟ್ಟದಲ್ಲಿರುತ್ತವೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಮಿತ್ರಣ್ಣವರ್ ಮತು ಗುಮ್ಮಗೋಳಮಠ (1998) ಉತ್ತರಕರ್ನಾಟಕದ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಟಾಟೆ ಆವಕ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ಸೂಚಿಗಳ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಬೆಳಗಾಂ ಮತ್ತು ಹುಬ್ಬಳ್ಳಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ನವೆಂಬರ್ ತಿಂಗಳಿನಲ್ಲಿ ಬಟಾಟೆ ಆವಕವು ಜಾಸ್ತಿಯಿದ್ದರೂ ಬೆಲೆ ಇಳಿಕೆಯಾಗಿಲ್ಲ. ಬೆಳೆಗಾಂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಹೆಚ್ಚಿಗೆ ಕೊಂಡುಕೊಂಡರು ಹಾಗೂ ಹುಬ್ಬಳ್ಳಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಆವಕ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ನಡುವೆ ಋಣಾತ್ಮಕ ಸಂಬಂಧವಿದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಮಲಿ ಮತ್ತು ಇತರರು (1991) ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರದ ಪೂನಾದ ನಿಯಂತ್ರಿತ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಆವಕ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳ ಸ್ವಭಾವವನ್ನು 1978-79 ರಿಂದ 1996-97ರ ವರೆಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಟೊಮೆಟೋ ಬೆಳೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕದ

ವ್ಯತ್ಯಾಸವು ಶೇ. 56 ರಿಂದ ಶೇ. 80 ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ಬದಲಾವಣೆಯ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ. 40 ರಿಂದ ಶೇ. 80. ಬೆಂಡೆಕಾಯಿಯ ಆವಕದಲ್ಲಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸದ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ. 27 ರಿಂದ ಶೇ. 60 ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ವ್ಯತ್ಯಾಸದ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 49ರಿಂದ ಶೇ. 75. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕದ ಸಂಯುಕ್ತ ಏರಿಕೆಯ ಗತಿಯು ಶೇ. 2.11 ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ಗತಿಯು ಶೇ. 1.02. ಈ ಎರಡೂ ತರಕಾರಿಗಳ ಬೆಲೆಗಳು ಏರಿಕೆಯ ಸ್ವಭಾವವನ್ನು ತೋರಿಸಿದ್ದು ಇದು ಪೂನಾದ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಮಗ್ರತೆಯನ್ನು ಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ನವಡ್ಕರ್ ಮತ್ತು ಇತರರು (1999) ಪೂನಾದ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳ ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳ ಸ್ವಭಾವವನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. 1978–79 ರಿಂದ 1996–97 ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಎಲೆಕೋಸ ತರಕಾರಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕದ ವ್ಯತ್ಯಾಸದ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ. 22ರಿಂದ ಶೇ. 79 ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳ ವ್ಯತ್ಯಾಸದ ಸಹಗುಣಕ ಶೇ. 30ರಿಂದ ಶೇ. 55. ಇದೇ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಹೂಕೋಸಿನ ಆವಕ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳ ವ್ಯತ್ಯಾಸದಲ್ಲಿನ ಸಹಗುಣಕವು ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ. 31ರಿಂದ ಶೇ. 69 ಮತ್ತು ಶೇ. 24ರಿಂದ ಶೇ. 54. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳ ಸಂಯುಕ್ತ ಏರಿಕೆಯ ಗತಿಯು ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಶೇ. 2.20. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳು ಋಣಾತ್ಮಕ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ.

❖ ಹೊಸಮನಿ ಮತ್ತು ಇತರರು (2001) ಉತ್ತರ ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಣ್ಣ ರೈತರ ಹತ್ತಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಆರ್ಥಿಕ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ನಡೆಸಿ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕ ಮತು ಬೆಲೆಯು ಒಕ್ಟೋಬರ್ ತಿಂಗಳಿನಿಂದ ಫೆಬ್ರವರಿ ತಿಂಗಳಗಳವರೆಗೆ ಅಧಿಕವಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಹತ್ತಿಯು ಕಟಾವಿಗೆ ಬರುವುದೇ ಇದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ಸಂಬಂಧದ ಕುರಿತಾದ ಅಧ್ಯಯನಗಳ ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆಯಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುವ ವಿಚಾರವು ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರದ ಪೂರೈಕೆಯ ನಿಯಮಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿದೆ. ಮಾರುಕಟೆಯಲ್ಲಿ ಪೂರೈಕೆ ಹೆಚ್ಚಿದಂತೆ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಇಳಿಕೆಯಾಗುವುದು ಸರ್ವವಿಧಿತ. ಬಹುತೇಕ ಎಲ್ಲ ಅಧ್ಯಯನಗಳು ಈ ವಿಚಾರವನ್ನು ಪುಷ್ಟೀಕರಿಸಿವೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳ ನಡುವೆ ಇರುವ ಋಣಾತ್ಮಕ ಸಂಬಂಧವು ಹಲವು ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲೂ ಕಂಡುಬಂದರೆ ಅದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಗ್ರತೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತವೆ. ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ವಿವೇಚಿಸುವಾಗ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕದ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಬೆಲೆಗಳ ಏರಿಕೆಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗಿದೆ. ವಿವಿಧ ತರಕಾರಿಗಳು ವಿವಿಧ ಸಮಯಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರವೇಶಿಸುವ ಕಾರಣ ವಿವಿಧ ತರಕಾರಿಗಳ ಬೆಲೆಗಳ ಏರಿಳಿಕೆಯು ಏಕಪ್ರಕಾರವಾಗಿಲ್ಲ ಎಂದು ತರ್ಕಿಸಬಹುದು. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಪ್ರಮುಖ

ತರಕಾರಿಗಳ ಆವಕಗಳ ಏರಿಳಿತ ಮತ್ತು ಅದರಿಂದಾಗಿ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಾಗುವ ಏರಿಳಿತವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುವ ಮತ್ತು ತರಕಾರಿಗಳ ಆವಕಗಳ ಹೊರತಾಗಿ ಬೆಲೆಗಳ ಏರಿಳಿತಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುವ ಇತರ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುವ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಈ ಪ್ರಬಂಧ ಹೊಂದಿದೆ.

2.4 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಗ್ರತೆಯ ಕುರಿತು ನಡೆದ ಅಧ್ಯಯನಗಳು:

❖ ಭಟ್ಟ ಮತ್ತು ಭಟ್ (1988) ಮಂಗಳೂರು ಮತ್ತು ಶಿರಸಿಗಳ ಆಯ್ದ ಅಡಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧಾರದ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ವಾಣಿಜ್ಯ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯಿಂದಾಗಿ ಮತ್ತು ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದಾಗಿ ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ನಡುವೆ ಈ ಎರಡೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಧನಾತ್ಮಕ ಸಂಬಂಧವಿದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ.

❖ ಸೈಕತ್ ಮತ್ತು ನಾಯರ್ (1994) ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವ್ಯಾಪಾರ ಮತ್ತು ಕಾಳುಮೆಣಸು ಬೆಲೆಗಳು ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಕಾಳುಮೆಣಸು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮುಕ್ತ ವ್ಯಾಪಾರವಿರುವುದರಿಂದ ಬೆಲೆಗಳು ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಬೆಲೆಗಳ ಜತೆ ಸಮೀಕರಣಗೊಂಡಿವೆ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ.

❖ ಸುಂದರೇಶನ್ ಮತ್ತು ಮೆನನ್ (1994) ಚಹಾ ಉತ್ಪಾದನೆ ರಫ್ತು ಮತ್ತು ಬೆಲೆ ವ್ಯತ್ಯಾಸದ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿ ಕೊಲ್ಕತ್ತಾ, ಕೊಚ್ಚಿ, ಕೂನೂರು ಮತ್ತು ಅಮೃತಸರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟದ ಸಮಗ್ರತೆ ಇದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಗಿರೀಶ್ (1995) ಕರ್ನಾಟಕದ ಪ್ರಮುಖ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಟಾಟೆ ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದರು. ಬೆಂಗಳೂರು-ಬೆಳಗಾಂ, ಬೆಂಗಳೂರು-ಹುಬ್ಬಳ್ಳಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ನಡುವೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಗ್ರತೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದರು. ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ದತ್ತಾಂಶದ ಪ್ರಕಾರ ಬೆಂಗಳೂರು-ಹುಬ್ಬಳ್ಳಿ ಮತ್ತು ಬೆಳಗಾಂ-ಹುಬ್ಬಳ್ಳಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ನಡುವೆ ಪರಸ್ಪರ ದ್ವಿಮುಖ ಅವಲಂಬನೆ ಇದೆ. ಹುಬ್ಬಳ್ಳಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಬೆಂಗಳೂರು ಮತ್ತು ಬೆಳಗಾಂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ನಡುವೆ ಮಧ್ಯಂತರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಂತೆ ವರ್ತಿಸುತ್ತದೆ. ಬೆಂಗಳೂರಿನ ಬೆಲೆಗಳು ಹುಬ್ಬಳ್ಳಿಯ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವುದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಹುಬ್ಬಳ್ಳಿ ಬೆಲೆಗಳು ಬೆಂಗಳೂರು ಬೆಲೆಗಳ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತವೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಹುಬ್ಬಳ್ಳಿ ಬೆಲೆಗಳು ಬೆಳಗಾಂ ಬೆಲೆಗಳ ಮೇಲೂ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತವೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಕೆರೂರು (1996) ಉತ್ತರ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದರು. ತಾಳಿಕೋಟೆ, ಬಿಜಾಪುರ ಮತ್ತು ರಾಯಚೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸಮಗ್ರತೆ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕದ

ಸಹಗುಣಕ ತಾಳಿಕೋಟೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅಧಿಕವಿದ್ದು (ಶೇ. 88.48) ರಾಯಚೂರು (ಶೇ. 59.12) ಮತ್ತು ಬಿಜಾಪುರ (ಶೇ. 41.81) ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ ಇದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

ಬೆಲೆಗಳ ಸಹ ಗುಣಾಂಕವು ಬಿಜಾಪುರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿಗೆ (ಶೇ. 26.93) ಇದ್ದು ರಾಯಚೂರು (ಶೇ. 23.76)ಮತ್ತು ತಾಳಿಕೋಟೆ (ಶೇ. 20.24) ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ ಇದೆ. ಇದರಿಂದ ಕಂಡುಬರುವುದೇನೆಂದರೆ ಬೆಲೆಗಳ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಈ ಮೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ನಡುವೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಮಗ್ರತೆ ಇದ್ದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಗ್ರತೆಯ ಕೊರತೆ ಇದೆ ಎಂದು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಪಟೇಲ್ (2000) ಗುಜರಾತ್‌ನ ಮೆಹಸನ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ತೈಲ ಬೀಜಗಳ ಆವಕ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳ ಏರಿಳಿತದ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದರು. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಎಲ್ಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲೂ ವಿವಿಧ ತೈಲಬೀಜಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬೆಲೆಗಳು ಚಲನೆಯ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಸಮಗ್ರತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡುತ್ತಾರೆ.

❖ ಆಶಾಲತಾ (2000) ಭಾರತೀಯ ಗೇರುಬೀಜಗಳ ರಫ್ತು ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಅಧ್ಯಯನದಂತೆ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಗೇರು ಬೀಜಗಳ ಬೆಲೆಗಳು ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಬೆಲೆಗಳ ಜತೆ ಸಮೀಕರಣಗೊಂಡಿವೆ.

❖ ಅರವಿಂದ ಕುಮಾರ್ (2000) ಭಾರತದ ಅಕ್ಕಿ ರಫ್ತು ಮಾರಾಟ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ ಭಾರತದ ಅಕ್ಕಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು (ನವದೆಹಲಿ) ಮತ್ತು ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಅಕ್ಕಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ (ಬ್ಯಾಂಕಾಕ್ ಮತ್ತು ಹಸ್ಸನ್)ಜತೆ ಹೋಲಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಫಲಿತಾಂಶದಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಅಕ್ಕಿ ಮಾರಕಟ್ಟೆಯು ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಜತೆ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಮೀಕರಣಗೊಂಡಿಲ್ಲ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಬಿರುಕಲ್ (2001) ಉತ್ತರ ಕರ್ನಾಟಕದ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಹತ್ತಿಯ ಆವಕ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಎಂಬ ವಿಷಯವನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವರು ಧಾರವಾಡ, ರಾಯಚೂರು ಮತ್ತು ಸೌಂದತ್ತಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಬೆಲೆಗಳ ಸ್ವಭಾವದ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿ ಈ ಮೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ನಡುವೆ ಸಮಗ್ರತೆಯನ್ನು ಮನಗಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಧಾರವಾಡ ಮತ್ತು ಸೌಂದತ್ತಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಮಾಣದ ಸಮಗ್ರತೆ ಇರುವುದಾಗಿ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಜ್ಯೋತಿಷ್ ಮತ್ತು ದಿಂಡ (2003) ಹೂಗ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಟಾಟೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸಮಗ್ರತೆಯ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ರಖಂ ಹಾಗೂ ಚಿಲ್ಲರೆ ಬೆಲೆಗಳು ಎಲ್ಲಾ ಜೋಡಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ನಡುವೆ ಸಮಗ್ರಗೊಂಡಿವೆ. ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಗ್ರತೆಗೆ ಅವರು ಕಂಡುಕೊಂಡ ಕಾರಣಗಳೆಂದರೆ– ಉತ್ತಮ ಸಂವಹನ,

ಸಮೀಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳಾಗಿವೆ. ಇದು ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಟಾಟೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕತೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ದಳವಾಯಿ (2004) ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಹತ್ತಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ–ಒಂದು ಆರ್ಥಿಕ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಎಂಬ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ರಾಜ್ಯದ ಆಯ್ದ ಆರು ಹತ್ತಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಉತ್ತಮ ಹೊಂದಾಣಿಕೆ ಇದೆ. ಬೆಲೆಗಳು ಪರಸ್ಪರ ಸಂಬಂಧಿಸಿವೆ ಹಾಗಾಗಿ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಸ್ವಭಾವವನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ವಿನಾಯಕ (2005) ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಒಪ್ಪಂದ ಕೃಷಿ ಪದ್ಧತಿಯ ಆರ್ಥಿಕ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ನಡೆಸಿ, ಕೃಷಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಸುಧಾರಣೆಗೆ ಒಪ್ಪಂದ ಕೃಷಿ ಪದ್ಧತಿಯು ಸೂಕ್ತ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಸಣ್ಣ ಕುಟುಂಬ, ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಯುವ ವಯಸ್ಸು ಕೃಷಿಯನ್ನು ವಾಣಿಜ್ಯ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಸಹಕರಿಸುತ್ತದೆ. ಮತ್ತು ಇದು ಕೃಷಿ ಆದಾಯದ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ಸರಿಯಾದ ಮಾಹಿತಿ ಬೆಳೆವಿಮೆ, ಒಪ್ಪಂದದ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ, ಮತ್ತು ತಾಂತ್ರಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಈ ದಿಕ್ಕಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತವೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಗ್ರತೆಯ ಕುರಿತಾಗಿ ನಡೆದ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಏಕಪ್ರಕಾರವಾಗಿ ಇರತಕ್ಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಸಮಗ್ರತೆಯನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಕೆಲವು ಅಧ್ಯಯನಗಳಲ್ಲಿ ದೇಶೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ನಡುವೆ ಸಮಗ್ರತೆಯನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಈ ಸಂಶೋಧನೆಗಳ ಫಲಿತದಂತೆ ದೇಶೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ವಿದೇಶೀ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಜೊತೆ ಸಮೀಕರಣಗೊಂಡರೆ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕತೆ ಹೆಚ್ಚಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಅಧಿಕ ಆದಾಯ ಬರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡಲಾಗಿದೆ.

ಈ ಹಿನ್ನಲೆಯಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಮಗ್ರತೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುವ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುವ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಿದೆ. ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ರಾಜ್ಯದ ಇತರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೊತೆ ಸಮೀಕರಣಗೊಂಡಿದೆಯೇ ಇಲ್ಲವೇ ಎಂಬ ವಿಚಾರವು ಅಧ್ಯಯನ ಯೋಗ್ಯವಾಗಿದೆ.

2.5 ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಅಧ್ಯಯನಗಳು.

❖ ನಾಗರಾಜ ಮತ್ತು ಇತರರು (1985) ಹಣ್ಣು ಮತ್ತು ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿ ಸುಮಾರು ಶೇ. 90 ಉತ್ಪಾದಕರು ಮತ್ತು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ವರ್ಗೀಕೃತ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಕಡೆಗಣಿಸುವುದು ಒಂದು ವ್ಯಾಪಕ ಸಮಸ್ಯೆಯಾಗಿದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಬದನೆ, ಟೊಮೆಟೋ, ಎಲೆಕೋಸು ಮತ್ತು ಬೀನ್ಸ್

ತರಕಾರಿಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಸಮಸ್ಯೆ ಇದೆ. ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆ, ನಿಧಾನ ಪಾವತಿ ಅತಿಯಾದ ಕಮಿಷನ್, ತೂಕದಲ್ಲಿ ಮೋಸ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳ ಏರಿಳಿತವು ಇತರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿವೆ.

ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ರಕಾರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ನಿಬಿಡತೆ ಮತ್ತು ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಪ್ರಧಾನ ಸಮಸ್ಯೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಸಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಇತರರು (1988) ಉತ್ತರಪ್ರದೇಶದ ಫರೂಕಾಬಾದ್ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬಟಾಟೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿ, ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಮೂಲವಸ್ತುವಿನ ಕೊರತೆ, ಅಧಿಕ ಸಾರಿಗೆ ವೆಚ್ಚ, ಅಸಮರ್ಪಕ ರೈಲು ಸಾರಿಗೆ, ಕಡಿಮೆ ಧಾರಣೆ, ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳಿಂದ ಅಲ್ಪಬೇಡಿಕೆ, ಅಧಿಕ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮುಂತಾದುವುಗಳನ್ನು ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಎಂದು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಕಾಂತರಾಜು (1989) ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ಕ್ರಿಮಿಕೀಟಗಳು ಮತ್ತು ಸಸ್ಯರೋಗಗಳ ಭಾದೆ, ಅಸಮರ್ಪಕ ಮಳೆ, ಸಸ್ಯೋದ್ಯಮ ಸಾಮಾಗ್ರಿಗಳ ಕೊರತೆಗಳು ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾದರೆ, ಹಣಕಾಸಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸೂಕ್ತ ಸಮಯ ಮತ್ತು ಸೂಕ್ತ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಧನಸಹಾಯದ ಅಲಭ್ಯತೆ, ದುಬಾರಿ ಬಡ್ಡಿದರ, ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಸಾಗಾಟವೆಚ್ಚವು ಇತರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿವೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಪಾಂಡೆ ಮತ್ತು ಸರೂಪ್ (1992–94) ಅವರ ಅಧ್ಯಯನವು ಜಲನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಮುಖವೆಂದೂ, ರೋಗನಿರೋಧಕ ತಳಿಯ ಅಲಭ್ಯತೆ ದ್ವಿತೀಯ ಸಮಸ್ಯೆ ಎಂದೂ ತಾಂತ್ರಿಕ ತಿಳುವಳಿಕೆಯ ಕೊರತೆ, ತರಬೇತಿಯ ಕೊರತೆ, ಸಂವಹನದ ಅಲಭ್ಯತೆಗಳು ಇತರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೆಂದೂ ತಿಳಿದಿದ್ದಾರೆ. ಮಣ್ಣಿನ ಫಲವತ್ತತೆ, ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು, ಕಳೆ, ಕೀಟಗಳು ಮತ್ತು ಸಸ್ಯ ರೋಗಗಳು ಅನಂತರದ ಸ್ಥಾನದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿವೆ.

❖ ಗುಲಾಟಿ ಮತ್ತು ಇತರರು (1994) ದುಬಾರಿ ರಫ್ತು ಹಣಕಾಸಿನ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಮತ್ತು ಬೆಳಗಾರ–ರಪ್ತುದಾರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘದ ಕೊರತೆಗಳು ಹಣ್ಣು ಮತ್ತು ತರಕಾರಿ ರಫ್ತು ಉದ್ಯಮದ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿವೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಅಣ್ಣೇಶ ಡಿ ನ್ಯಾಕ್ (1993) ಕರ್ನಾಟಕದ ಬಿಜಾಪುರ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ನೀರುಳ್ಳಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವುಗಳೆಂದರೆ ನೀರಾವರಿ ಕೊರತೆ, ತಾಂತ್ರಿಕ ಸಹಾಯದ ಅಲಭ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಅಕಾಲಿಕ ಸಂಪನ್ಮೂಲದ ಪೂರೈಕೆಗಳಾಗಿವೆ.

ವರ್ಗೀಕರಿಸದ ಆವಕ ಮತ್ತು ಸ್ವಚ್ಛಗೊಳಿಸದ ಮಾಲುಗಳಿಂದ ಕಡಿಮೆ ಧಾರಣೆ ಲಭಿಸಿ ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರ ಆದಾಯ ಕುಂಠಿತಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ರಖಂ ಬೆಲೆಯ

ಏರಿಳಿತವೂ ಏಜೆಂಟರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿವೆ. ಇನ್ನು ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಅಧಿಕ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ವ್ಯರ್ಥಗೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಹಾಳಾಗುವಿಕೆಯು ಗಂಭೀರ ಸಮಸ್ಯೆ ಎಂಬ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಪರ್ಮಾರ್ ಮತ್ತು ಇತರರು (1994) ಕೊಳೆಯುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಹಾಳಾಗುವಿಕೆಯೇ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆ (ಶೇ. 68.46) ಎಂದು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಇನ್ನುಳಿದಂತೆ ಅಸಮರ್ಪಕ ತೂಕ (ಶೇ. 49.41), ಹಣಕಾಸಿನ ಕೊರತೆ (ಶೇ. 24.40) ಮತ್ತು ಸಾರಿಗೆ ಅವ್ಯವಸ್ಥೆ (ಶೇ. 23.81)ಗಳು ಇತರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಠಾಕುರ್ ಮತ್ತು ಇತರರು (1994) ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿದ್ದಾರೆ. 1)ಅಸಂಘಟಿತ ಮರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಅಲ್ಪಧಾರಣೆ, 2) ಯಾಂತ್ರಿಕ ವರ್ಗೀಕರಣ, ಪೊಟ್ಟಣ ಕಟ್ಟುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆ 3) ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅವ್ಯವಹಾರಗಳು ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ 4) ಗ್ರಾಮೀಣ ರಸ್ತೆಗಳ ದುಸ್ಥಿತಿ ಮತ್ತು ಅಗ್ಗದ ಸಾರಿಗೆಯ ಕೊರತೆ, 5) ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿ ಸುದ್ದಿಯ ಕೊರತೆ 6) ಸಂಸ್ಕರಣಾ ಘಟಕಗಳ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಕೊರತೆ.

❖ ಶರ್ಮ ಮತ್ತು ಇತರರು (1995) ಹಿಮಾಚಲ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ ದುಬಾರಿ ಮರದ ಪೆಟ್ಟಿಗೆಗಳು, ಮಾನವ ಶ್ರಮದಮೂಲಕ ವರ್ಗೀಕರಣ, ದೂರದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಅಧಿಕ ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅವ್ಯವಹಾರ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಕೊರತೆಗಳನ್ನು ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೆಂದು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ.

❖ ನಾಸುರುದ್ದೀನ್ ಮತ್ತು ಬಾಲಕೃಷ್ಣನ್ (1996) ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ರಫ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಅಭ್ಯಸಿಸಿ ಅತಿಯಾದ ಸುಂಕ, ಗುಣಾತ್ಮಕ ಪ್ರತಿಬಂಧಗಳು, ಕೋಟಾ, ಶುಚಿತ್ವದ ಗುಣಮಟ್ಟ, ಮುಂತಾದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಸುಧಾರಿತ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಬೇಕು. ಆದರೆ ಸುಧಾರಿತ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ಬಂಡವಾಳ ಆಧಾರಿತವಾಗಿರುವುದು ಹಾಗೂ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಸಮರ್ಪಕ ಬಂಡವಾಳ ಸಂಚಯನ (ಶೇ. 2.2)ವು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ತೀವ್ರಗೊಳಿಸುತ್ತವೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಅನಿತಾ ಎಚ್.ಎಸ್. (1996) ಶಿವಮೊಗ್ಗ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿ, ಸಸ್ಯರೋಗಗಳು ಮತ್ತು ಹವಮಾನ ವೈಪರೀತ್ಯಗಳು ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾದರೆ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಹಾವಳಿ, ಬೆಲೆಗಳ ತೀವ್ರ ಏರಿಳಿತ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯ ಕೊರತೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಎಂದು ತಿಳಿಸಿದ್ದಾರೆ.

❖ ರಾಮಮೂರ್ತಿ (1996) ಹತ್ತಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಸಾಮಾಜಿಕ–ಆರ್ಥಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಮೂಲವಸ್ತುವಿನ ಕೊರತೆ, ಹಣಕಾಸಿನ ಅಲಭ್ಯತೆ, ಆಧಿಕ ಉತ್ಪಾದನ ಅಪಾಯ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಬೆಲೆಗಳ ಏರಿಳಿತ, ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆ, ಅಸಮರ್ಪಕ ತೂಕ–ಇವುಗಳನ್ನು ಪ್ರಧಾನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಬೋನಿ (1996) ಪಣಂಚೇರಿ ಮತ್ತು ಪೂತೂರು (ಕೇರಳ)ಗಳಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳ ವಾಣಿಜ್ಯ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ ದುಬಾರಿ ಸಸ್ಯ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ರಾಸಾಯಿನಿಕಗಳು, ಅಸಮರ್ಪಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆ, ಬಂಡವಾಳ ಕೊರತೆ, ದುಬಾರಿ ಕೂಲಿ ಮತ್ತು ಕಟಾವಿನ ನಂತರದ ಸೌಲಭ್ಯದ ಕೊರತೆಗಳನ್ನು ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಜೈರತ್ (1997) ಜೈಪುರದಲ್ಲಿ ಹಣ್ಣು ಮತ್ತು ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ನಿರ್ವಹಣಾ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಮುಕ್ತ ಏಲಂ ಪದ್ಧತಿ ಜಾರಿಯಲ್ಲಿದ್ದರೂ ಅತ್ಯಲ್ಪ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಈ ರೀತಿ ಮಾರಲ್ಪಡುವುದು. ಕಡಿಮೆ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆ, ಸ್ಥಳದ ಅಭಾವ, ಅಸಂಬಂಧ್ಧ ಕಡಿತ ಮತ್ತು ನಿಧಾನ ಪಾವತಿಗಳು ಮುಖ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೆಂದು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಪಟೇಲ್ ಮತ್ತು ಇತರರು (1997) ಗುಜರಾತ್‌ನ ಆನಂದ್ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆ, ನಿಧಾನ ಪಾವತಿ, ಅಧಿಕ ಶಿತಲೀಕೃತ ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ವೆಚ್ಚ, ಕೆಲವೇ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಮತ್ತು ಹಾಳಾಗುವ ತರಕಾರಿಗಳ ಶೀಘ್ರ ವಿಲೇವಾರಿಯಲ್ಲಿನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿದ್ದಾರೆ.

❖ ನರಪ್ಪನವರ್ ಮತ್ತು ಬವುರ್ (1998) ಕರ್ನಾಟಕದ ಧಾರವಾಡ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬಟಾಟೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರ, ಸಾರಿಗೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಪ್ರಸರಣ ಮುಂತಾದವುಗಳು ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿರದೆ ಯಥಾರ್ಥವಾಗಿ ಅಸಂಬದ್ಧ ಕಡಿತ, ವರ್ಗೀಕರಣದ ಕೊರತೆ, ಅಧಿಕ ಕೂಲಿ ಮತ್ತು ಅಲ್ಪಧಾರಣೆಗಳೇ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಅನಿಲ್ ಕುಮಾರ್ ಮತ್ತು ಅರೋರಾ (1999) ಉತ್ತರ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳ ಕಟಾವಿನ ನಂತರದ ನಿರ್ವಹಣೆ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಶೀತಲೀಕೃತ ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆ, ಶೀಘ್ರ ಹಾಳಾಗುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ಬೇಡಿಕೆಗಳು ಸಂಗ್ರಹಣೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆಯಗಳಾಗಿವೆ.

❖ ಅತಿಬುದ್ಧಿ (1999) ಒರಿಸ್ಸಾ ರಾಜ್ಯದ ಕಟಕ್ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಅತಿಸಣ್ಣ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಹಣಕಾಸಿನ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ ಬಂಡವಾಳದ ಅಲಭ್ಯತೆ, ಅಧಿಕ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚ ಸಾರಿಗೆಗೋಸ್ಕರ ಏಜೆಂಟರ ಮೇಲಿನ ಅವಲಂಬನೆ, ಮುಂತಾದುವುಗಳನ್ನು ಪ್ರಧಾನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ರೈತರನ್ನು ಶೋಷಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ.

❖ ವಿವೇಕಾನಂದ (1999) ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಯ ಸಾಧ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ ಕೃಷಿ ಮೂಲ ವಸ್ತುವಿನ ಸಂಶೋಧನೆಯ ಕೊರತೆ, ಕ್ಷೀಣ ವಿಸ್ತರಣಾ ಜಾಲ, ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಅಸಮತೋಲನ, ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಇಳುವರಿ ತಳಿಗಳ ಕುರಿತು ರೈತರಲ್ಲಿ ನಿರಾಸಕ್ತಿಗಳು ಮುಖ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

❖ ನಾಗರಾಜ ಮತ್ತು ಇತರರು (1999) ಕರ್ನಾಟಕದ ಕೋಲಾರ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬಟಾಟೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೆಂದರೆ ಕ್ರಮವಾಗಿ 1) ದುಬಾರಿ ಬೀಜ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನ ಸಾಮಾಗ್ರಿ 2) ವಿದ್ಯುತ್ ಶಕ್ತಿಯ ಅಭಾವ, 3) ದುಬಾರಿ ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳು ಮತ್ತು ಸಸ್ಯ ಸಂರಕ್ಷಣ ವೆಚ್ಚಗಳು 4) ಅಧಿಕ ಕೂಲಿ ಮತ್ತು ಕೆಲಸಗಾರರ ಅಭಾವ 5) ಅಲ್ಪಧಾರಣೆ 6) ಅಧಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳಾಗಿವೆ.

❖ ವಾಸುದೇವ ಮತ್ತು ಚೌಧರಿ (1999) ಯವರು ಆಂಧ್ರ ಪ್ರದೇಶದ ಟೊಮೆಟೋ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿ ವರ್ಗೀಕರಣದ ಅಭಾವ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಕೊರತೆ, ಹಾಳಾಗುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅವ್ಯವಹಾರಗಳೇ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೆಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

❖ ದ್ಯಾಮಣ್ಣವರ್ ಜಿ. ಡಿ. (2000) ಕರ್ನಾಟಕದ ಹಾವೇರಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಮುಳ್ಳುಸೌತೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಉತ್ಪಾದನ ವಿಧಾನದ ಕೊರತೆ, ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಹಾವಳಿ, ಶೀತಲೀಕೃತ ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆ ಮತ್ತು ಅಲ್ಪವೆಚ್ಚದ ಸಾರಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಅಲಭ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿ ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಅಲೆಮಯೆಹು ಅಮೆರ (2002) ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಬಟಾಟೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆ ಏರಿಳಿತದ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂಮಿ, ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳು ಉತ್ಪಾದನ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸತಕ್ಕ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳು. ಹಾಗಾಗಿ ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆ, ಬೆಳೆ ವಿಮೆ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಯೋಗ್ಯ ಬಳಕೆಯ ಕುರಿತು ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಗಳು ಅವಶ್ಯಕ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಬಾಳಪ್ಪ ಎಸ್. ಆರ್ ಮತ್ತು ಹುಗಸ್ (2003) ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ನೀರುಳ್ಳಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಆರ್ಥಿಕ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ನಡೆಸಿ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಕೂಲಿ ವೆಚ್ಚವೇ ಅಧಿಕವಾಗಿದ್ದು ಶ್ರಮ ಉಳಿತಾಯ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳು, ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು, ಸಾರಿಗೆ ಸಮಸ್ಯೆ ಮತ್ತು ವಿಸ್ತರಣಾ ಸೌಲಭ್ಯದ ಕೊರತೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಕಿಶೋರ್ ಕುಮಾರ್ ಡಿ. (2004) ಕರ್ನಾಟಕದ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳ ಕಟಾವಿನಂತರದ ವ್ಯರ್ಥಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಪ್ರತಿಕ್ವಿಂಟಲ್‌ಗೆ ವ್ಯರ್ಥಗೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಮಾಣವು 6.2 ಕಿಲೋಗ್ರಾಂ (ನೀರುಳ್ಳಿ) ಮತ್ತು 7.34 ಕಿಲೋಗ್ರಾಂ (ಬಟಾಟೆ). ಇದರಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆಯಿಂದ ಕೊಳೆತು ಹೋಗುವ ಪ್ರಮಾಣ ಅಧಿಕ. ಸಂಸ್ಕರಣಾ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಹಾಳಾಗುವಿಕೆಯು 5.89 ಕಿಲೋಗ್ರಾಂ. ಆದ್ದರಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆ, ಸಂಸ್ಕರಣೆಯ ಅಸಮರ್ಪಕತೆ, ಸಾರಿಗೆ ಅಭಾವ, ವಿಷಮ ಹವಾಮಾನ, ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ತರಬೇತಿಯ ಕೊರತೆ ಮುಂತಾದುವುಗಳು ತರಕಾರಿಗಳ ವ್ಯರ್ಥಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಗೆ ಪ್ರಮುಖ ಕಾರಣ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

❖ ಶಂಶೇರ್ ಸಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಚೌಹಾಣ್ ಎಸ್.ಕೆ. (2004) ಹಿಮಾಚಲ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಎಂಬ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನದಿಂದಾಗಿ ತರಕಾರಿಗಳ ಹಾಳಾಗುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆವೆಚ್ಚ, ಸಂಗ್ರಹಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಕೊರತೆ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕರಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಅಭಾವಗಳು ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿವೆ.

❖ ಬಸವರಾಜ ರಜೂರು (2007) ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಮೆಣಸಿನಕಾಯಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಆರ್ಥಿಕ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿ ಕೆಲವು ಪ್ರಧಾನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವುಗಳೆಂದರೆ ತಾಂತ್ರಿಕ ಸಹಾಯದ ಕೊರತೆ, ರಸಗೊಬ್ಬರದ ಅಭಾವ, ಸಸ್ಯರೋಗಗಳು, ಹಣಕಾಸಿನ ಮುಗ್ಗಟ್ಟು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಮಿಕರ ಅಲಭ್ಯತೆ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾದರೆ ವರ್ಗೀಕರಣದ ಅಲಭ್ಯತೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅವ್ಯವಹಾರ, ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಮಿಕರ ಅಲಭ್ಯತೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿವೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಹಲವು ಅಧ್ಯಯನಗಳು ನಡೆದಿದ್ದು ಇವು ಹಲವು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿವೆ. ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಬೀಜದ ಕೊರತೆ, ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆ, ನೀರಾವರಿ ಸಮಸ್ಯೆ, ಕಾರ್ಮಿಕರ ಕೊರತೆ, ಕಡಿಮೆ ಫಲವತ್ತತೆ, ಕಳೆ ಕೀಟ ಸಸ್ಯರೋಗಗಳೇ ಮುಂತಾದುವುಗಳು ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯ, ಸಾರಿಗೆ,

ವರ್ಗೀಕರಣ, ಹಣಕಾಸು, ತಾಂತ್ರಿಕ ಸಹಾಯಗಳ ಕೊರತೆ, ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಹಾವಳಿ ಮತ್ತು ಕ್ಷೀಣ ವಿಸ್ತರಣ ಜಾಲ ಮುಂತಾದುವುಗಳು ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿ ಗುರುತಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿವೆ.

ಈ ಅಧ್ಯಯನಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಹಲವು ಆಯಾಮಗಳನ್ನು ವಿವೇಚಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಎದುರಿಸುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು, ಅವುಗಳ ತೀವ್ರತೆ, ಇದರಿಂದಾಗಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಗತಿಗಳ ಮೇಲಾಗುವ ಪರಿಣಾಮ, ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚದ ಮೇಲಾಗುವ ಆರ್ಥಿಕ ಹೊರೆ ಮುಂತಾದ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಸಮಸ್ಯೆ ರಹಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಹೊಂದುವುದು ಅಸಾಧ್ಯವಾದರೂ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ತೀವ್ರತೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸಲು ಅವುಗಳ ಸ್ವರೂಪ, ವ್ಯಾಪಕತೆ ಮತ್ತು ಪರಸ್ಪರ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ಈ ಪ್ರಬಂಧದಲ್ಲಿ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

2.6 ಮುಕ್ತಾಯ :

ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಧ್ಯಯನಗಳ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಪೂರ್ವಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳು ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಆಯ್ದುಕೊಂಡ ವಸ್ತುವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟಂತೆ ಸೈದ್ಧಾಂತಿಕ ಹಿನ್ನಲೆ, ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ವಿವಿಧ ಆಯಾಮಗಳು, ವಿಭಿನ್ನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಸ್ಪಷ್ಟ ಗ್ರಹಿಕೆ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುವ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಅರಿತುಕೊಳ್ಳಲು ಪೂರ್ವಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳು ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿವೆ. ಅಧ್ಯಯನದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಸ್ಪಷ್ಟೀಕರಣ, ಪೂರ್ವಕಲ್ಪನೆಗಳ ತಯಾರಿ ಮತ್ತು ಅಧ್ಯಯನದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಪೂರ್ವ ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳು ಅತೀ ಅಗತ್ಯ

ಪ್ರಸ್ತುತ 'ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳು' ಎಂಬ ಅಧ್ಯಯನದ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ವೆಚ್ಚಗಳು, ಆದಾಯ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೃಂಖಲೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಚು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ಮಧ್ಯದ ಸಂಬಂಧ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಗ್ರತೆ ಹಾಗೂ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಬಂಧಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಕುರಿತಾದ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಪೂರ್ವ ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆಯನ್ನು ನಡೆಸಿ, ಆ ಬುನಾದಿಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಈ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

REFERENCE

1. ALEMAYEHU AMERA 2002, Production and Price Behaviours of Potato in Karnataka state. An Economic Analysis, *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

2. ANILKUMAR AND ARORA, V.P.S., 1999, Post-harvest Management of Vegetables in Uttar Pradesh hills. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2): 6-14.

3. ANITHA H.S., 1996, Marketing of Areca nut: A Case Study of Shimoga District, *Ph.D. Thesis* University of Mysore, Mysore.

4. ANNESH D. NAIK., 1993, Production and Marketing of Onion in Bijapur District, Karnataka – An Economic Analysis. *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

5. ANONYMOUS., 2002, Comparison of Costs and Returns per Hectare Moong, Gram, Maize, Wheat, Musturd and Cotton. Agricultural Situation In India, 24(2);73-78.

6. ARVIND. KUMAR, 2000, Performance of India's Rice Export. *M.Sc., (Agri) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Bangalore.

7. ARYA, A., 1991, Spatial Integration of Regulated Markets in Kheda District of Gujarat. *Indian Journal of Agricultural Marketing.* 5(2): 207-209.

8. ASHALATHA, 2000, Export Trade Performance of Indian Cashew, *M.Sc., (Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Bangalore.

9. ATIBUDHI, H. H., 1999, Marketing Finance for Vegetable Crops with Special Reference to Marginal and Small Farmers in Cuttack District, Orissa. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2) : 98-101.

10. BALAPPA S.R. AND HUGAS L.B., 2003, An Economic Evaluation of Onion Production and its Marketing System in Karnataka, *Indian Journal of Agricultural Marketing. 46(2): 22-26.*

11. BALAPPA SHIVARAYA 2000, Economic Performance of Production, Marketing Export of Vegetables in North Karnataka. *Ph.D., Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

12. BASAVARAJ C RAJUR 2007, Production and Marketing Performance of Chilli in Karnataka – An Economic Analysis, *Ph.D. Thesis* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

13. BHATTA, R. AND BHAT, A.R.S., 1988, An Economic Analysis of Price and Supply of Areca Nut in Karnataka: A Case Study of Sirsi and Mangalore Markets. *Journal of Institute of Economic Research,* 23(1): 46-48.

14. BIRARI K.S., NAVADKAR D.S., AND DORGE.J.T., 2004, Marketing Efficiency of Cole Vegetables in Western Maharastra, *Indian Journal of Agricultural Marketing* , 24(3) : 23-28.

15. BIRUKAL, B.Y., 2001, Statistical Analysis of Price and Arrivals of Cotton in Selected Regulated Markets of Northern Karnataka. *M.Sc.,(Agri)Thesis.* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

16. CHAUHAN, R.S., SINGH, J.N. AND THAKUR, D.R., 1999, Marketing of Vegetables in Uttar Pradesh. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2) : 56-57.

17. CHAUHAN, R.S., SINGH, J.N. AND THAKUR, D.R., 1998, Producers Share in Vegetables in Azomgarh District of Uttar Pradesh. *Indian Journal of Agricultural Marketing.* 12(3) : 104-105.

18. DALAWI, A., 2004, Production and Marketing of Cotton in Karnataka – An Economic Analysis. *Ph.D. Thesis,* Karnataka University. Dharwad.

19. DHONGADE, M.P. AND DANGAT, S. B., 1985, Socio-Economic Benchmark Survey of the Sina Medium Irrigation Project Command Area in Maharashtra, Mahatma Phule Agricultural University, Rahuri, Maharashtra.

20. DINAKAR, B.L., 1990, Commodities System of Edible Oilseeds ; A Case Study of Groundnut in Karnataka. *Fellow Thesis,* National Institute of Bank Management, Pune.

21. DURGA, C., 1999, Public Intervention in the Marketing of Vegetables : The Case Study of Rytu Bazaar in Vishakhapatnam. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2) : 137-143.

22. DYAMANNAVAR G D 2000, Economics of Gherkin Production and Trade in Haveri District. Karnataka *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

23. GIRISH,M.R., 1995, An Econometric Analysis of Arrivals and Prices of Potato in Major Markets of Karnataka. *M.Sc.,(Agri.) Thesis* University of Agricultural Sciences, Bangalore.

24. GULATI, A., SHARMA, A. AND SHARMA, C., 1994, Export Competitiveness of Selected Agricultural Commodities. Unpublished *NCAER Report*, New Delhi, pp. 84-238

25. HOSAMANI, S.B., GUMMAGOLMATH, K.C. AND SAVADATTI, P.M., 2001, Trends in Arrivals and Prices of Groundnut and Cotton in Dharwad Market. Agricultural marketing – Intervention and Innovation. Ed. K. H. Vedini. Mange, pp. 215-223.

26. JAIN SC, 1971, Principles and Practice of Agricultural Marketing and Prices Vora & Co. Publishers Pvt. Ltd. Bombay.

27. JAIRATH, M.S., 1997, Operational Efficiency in Fruit and Vegetables Market- A Case Study, *Indian Journal of Agricultural Marketing,*11(1&2): 92-93

28. JYOTISH. P.N. AND DINDA, S., 2003, Market Integration : An Application for Error Correlation Model to Potato Market in Hooghly District, West Bengal. *Indian Journal of Agricultural Economics,* 58(4): 742-751.

29. KAINTH, G.S. AND MEHRA, P.L., 1988, Seasonality Pattern of Market Arrival and Price of Potatoes in Punjab. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 2(1) : 113-120.

30. KANTHARAJU, 1989, A Study on Adoption of Improved Practices of Coffee and Cardamom by Small Farmers in Hassan District of Karnataka. *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Bangalore

31. KARISOMANAGOUDAR, R.S., 1990, Economics of Production and Marketing of Rain fed Onion in Gadag Taluk of Dharwad District. *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Bangalore

32. KERUR, N.M., 1996, Production and Marketing of Sunflower in Northern Karnataka. M.Sc. (*Agri*) Thesis. University of Agricultural Sciences, Dharwad.
049345
33. KERUR, N.M.,BANAKAR, B., MURTHY, H.G.S. AND MANJUNATH S., 1997, Sunflower Production in North Karnataka – An Economic Analysis. *Karnataka Journal of Agricultural Sciences. 10(4) : 1132-1138.*

34. KIRESUR, V.R., 1987, An Economic Analysis of Marketing of Vegetables in Dharwad and Hubli Markets - *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

35. KISHORE KUMAR D 2004, Post Harvest Losses of Major Vegetables in Karnataka – An Economic Analysis *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

36. KOPPAD, M.B., 1993, Economics of Cropping Systems in Malaprabha Command area (Karnataka State), *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

37. KOUJALAGI, C.B., 1990, An Economic Analysis of Production and Marketing of Pomegranate in Bijapur District, Karnataka. *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

38. MADAN, M.S., SINGH R.V. AND SINGH M.L. 1999, Economics of Production and Marketing of Cauliflower in Ranchi District of Bihar. *The Bihar Journal of Agricultural Marketing,* 7(1): 28-35.

39. MAHANTESH, N., 2002, Economic and Environmental Issues Related to Use of Agrochemicals in Cotton Production in Belgaum District. *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

40. MALI, B., NAWADKAR, D.S., SALE, D.L. AND PAGIRE, B.V., 1999, Trends in Arrivals and Prices of Fruits and Vegetables in Pune Regulated Markets of Maharashtra. *Indian Journal of Agricultural Marketing.* 13(2) : 32.

41. MITRANNAVAR, D. M. AND GUMMAGOLMATH, K.C., 1998, Seasonal Indices of Arrivals and Prices and Market Concentration of Potato in Regulated Markets of Northern Karnataka. *Bihar Journal of Agricultural Marketing.* VI(3) : 332-339.

42. MUNDINAMANI, S.M., 1993, Production and Marketing Performance of Oilseeds in Karnataka : An Econometric Analysis. *Ph.D. Thesis.* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

43. NAGARAJ, N., CHANDRAKANTH, M.G., AND RAMANNA R., 1985, Market Appraisal for a few Fruits and Vegetables, *Indian Journal of Marketing* 16(4) : 13-19

44. NAIK, A.D., SHANKARAMURTHHY, H.G., ADVANI M.R. AND KOPPAD, M.B., 1997, Economics of Onion Production in Bijapur District. Karnataka, *Karnataka Journal of Agricultural Sciences,* 10(4): 1105-1109

45. NANJA REDDY, C., HIREMATH, K.C. AND HUDSON, E.H., 1990, Farm Planning Manual, Department of Economics, University of Agricultural Sciences, Bangalore.

46. NARAPPANAVAR, S.R. AND BAVUR, S.B., 1998, The Marketing of Potato: A Case Study in Dharwad District of Karnataka. *The Bihar Journal of Agricultural Marketing,* 6(2): 154-159.

47. NASURUDEEN, P. AND BALAKRISHNAN, V., 1996, Agricultural Exports: Prospects and Problems. The Bihar Journal of Agricultural Marketing, 4(4) : 323-330.

48. NAWADKAR, D.S., MALI, B.K. AND BIRADAR, K.S., 1999, Price and Supply Varieties of Cole Vegetables. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2) : 40-41.

49. PARTHASARATHY, P.B., RAMMOHAN, V. AND HEMACHANDRU, K.,1988, Price Behaviour of Vegetables in Hyderabad Markets. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 2(1) : 124-185.

50. PARMAR, G.D., KHUNT, K.A. AND DESAI, D.B., 1994, Marketing of Vegetables in South Gujarat. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 8(2): 258-263

51. PATEL, A., 2000, Market Integration And Pattern of Market Arrivals of Rapeseed – Mustard in Mehasana District of Gujarat. Agricultural Marketing. XLII (4): 24-29.

52. PATEL, G.N., PATEL, R.M., PATEL, H.A., KHATRA, R.G. AND GONDALIA, V.K., 1997, Marketing Efficiency – A Case of Anand Vegetable Market. *Indian Journal of Agricultural Marketing.* 11(1&2): 87-88.

53. PATIL, H.N., 1989, Marketing of Alphanso Mangoes in Maharastra, Journal of Maharastra Agricultural University, 14: 244-245.

54. PATTANASHETTI M.G., 1987, An Economic Analysis of Marketing of Potato in Dharwad District, Karnataka State – A Case Study in Selected Regulated Markets. *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

55. RAJENDRA PRASAD, V., RAJU, V.T. AND SHAREEF, S.M., 2001, Study of Costs and Returns in Cotton Production vis-avis its Competing Crops in Guntur Districts of Andhra Pradesh. *Agricultural Situation in India,* LVIII : 375-376.

56. RAJGOPAL, 1987, Economics of Fruit Production and Marketing in India. A Case Study of Selected Crops. *Indian Journal of Agricultural Economics.* 42:465.

57. RAMAMOORTHY, K., 1996, Economics of Rain Fed Cotton Production in Tamil Nadu. *Annual Report for 1995-96,* Central Institute for Cotton Research, Nagapur, pp. 79-80.

58. RAMESHKUMAR, S.C., SURYAPRAKASH. S., NANJAREDDY, C AND VENKATRAM, J.V., 1993, Economic Analysis of Hybrid Tomato Production in Anekal taluk, Bangalore District, *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Bangalore.

59. SAIKAT. S AND NAIR, S.R., 1994, International Trade and Pepper Price Variations: A Co-integration Approach. *Indian Journal of Agricultural Economics,* 49(3):417-425.

60. SAIN, I., TOOR, M.S. AND AGGARWAL, M., 1999, An Economic Analysis of Winter Tomato Crop Around Ludhiana City. *The Bihar Journal of Agricultural Marketing.* 7(1) : 83-88.

61. SAXENA, R., ARORA, V.P. S. AND SINGH, N.P., 1999, Evaluating Physical Distribution Efficiency of Vegetables : A Case Study in Uttara Pradesh Hills. *Indian Journal of Agricultural Marketing.* 42(3) : 49-50.

62. SHAMSHER SING AND S.K., CHAUHAN, 2004, Marketing of Vegetables in Himachal Pradesh, *Indian Journal of Agricultural Marketing* 47(3) : 5-9.

63. SHARMA, K.C. AND SHARMA, A.K., 1996, Levels of Variation in Wholesale Prices and Exports of Selected Vegetables of India. *The Bihar Journal of Agricultural Marketing,* 4(2) : 132-143.

64. SHARMA, R.K., SHARMA, S.K. AND THAKUR, R.K., 1995, Marketing of Vegetables in Himachal Pradesh. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 9(1): 44-50.

65. SHASHIKUMAR, H.S., 1987, Economics of Production and Marketing of Rain Fed Potato in Hassan Taluk Karnataka. *M.Sc., (Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Bangalore.

66. SINGH ANANDKUMAR AND SINGH ANILKUMAR, 1999, Production and Marketing of Vegetables Crops in Varanasi District of Uttar Pradesh. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2): 34.

67. SINGH, B., SINGH, V.K. AND KHATKAR, R.K., 1999, Marketing of Tomatoes in Hoshiapur Districts of Punjab, *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2) : 40.

68. SINGH, J. P. AND ATIBUDHI, H.N., 1985, Economics of Pulse Cultivation in Cuttack – Sador block of Cuttack District, Orissa. *Agricultural Situation in India,* 40(8) : 701-704

69. SINGH, M., 1997, Economics of Production and Marketing of Vegetables – A Case Study in Patna Block of Jabalpur District. *Agricultural Marketing,* 40(2): 18-20.

70. SINGH, R.I., SINGH, G.N. AND GUPTA, B.K., 1988, Marketing of Potato in Regulated Mandi District-Farlukhbad (Uttar Pradesh) – A Case Study. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 2 (1): 88-89.

71. SINGH SHAMSHER AND CHAUHAN S K, 2004, Marketing of Vegetables in Himachal Pradesh, Indian Journal of Agricultural Marketing. 47 (3). 5-9.

72. SUNDARESAN, R. AND MENON. P., 1994, An Analysis of Production, Export and Price Variation in Tea. *Bihar Journal of Agricultural Marketing,* II(4) : 359-364.

73. THAKUR, D.S., THAKUR, D.R., SHARMA, K.D., AND SANJAYA, 1994, Vegetable Revolution and Economics in Himachal Pradesh. *Bihar Journal of Agricultural Marketing.* 2(2): 145-151.

74. VASUDEVA, N. AND CHOWDRY, K.R., 1999, Marketing of Tomato in Andhra Pradesh. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2) : 53.

75. VENKATARAMANA, M.N., 1994, Economics of Tomato Production and Marketing – A Study in Kolar District of Karnataka. *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Bangalore.

76. VINAYAKA N. V., 2005, Economics of Contract Farming – A Study of Ashwagandha in North Karnataka *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

77. VIVEKANANDA, 1999, Problems and Prospects of Agricultural Development in Karnataka. *Occasional Paper – 9,* NABARD.

ಮೂರನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಭಾರತದ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಕೃಷಿಕ್ಷೇತ್ರ ಮತ್ತು ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆ

ಮೂರನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಭಾರತದ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಕೃಷಿಕ್ಷೇತ್ರ ಮತ್ತು ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆ

ಪ್ರಸ್ತಾವನೆ:

ಭಾರತದ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸುವಲ್ಲಿ ದೇಶದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ನಿರ್ಣಾಯಿಕ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ದೇಶದ ವಿವಿಧ ವಲಯಗಳಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಸಮಾವೇಶಗೊಂಡು ಒಟ್ಟು ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಸಮಗ್ರತೆ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಮಟ್ಟವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತವೆ. ಕೃಷಿ, ಕೈಗಾರಿಕೆ, ಸೇವಾವಲಯ ಮುಂತಾದ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳು ದೇಶದ ಒಟ್ಟು ಆರ್ಥಿಕತೆಗೆ ತಮ್ಮದೇ ಆದ ಕೊಡುಗೆಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿವೆ.

ಭಾರತದ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಕ್ಷೇತ್ರವು ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಅದು ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ತಳಪಾಯ. ಒಟ್ಟು ಜನಜೀವನದ ಸುಮಾರು ಅರ್ಧದಷ್ಟು ಮಂದಿ ತಮ್ಮ ಜೀವನಾಧಾರಕ್ಕಾಗಿ ನೇರವಾಗಿ ಕೃಷಿಯನ್ನೇ ಅವಲಂಭಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಭಾರತದ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಕ್ಷೇತ್ರದ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಹೀಗೆ ವಿವರಿಸಬಹುದು. (ಕಪಿಲ ರಾಜ್ & ಉಮಾ ಕಪಿಲ 2006).

1. ಕೃಷಿವಲಯವು ದೇಶದ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಶೇ. 18.5 ರಷ್ಟು ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿದೆ.
2. ಒಟ್ಟು ಜನಸಂಖ್ಯೆಯ ಶೇ. 52ರಷ್ಟು ಜನರು ನೇರವಾಗಿಯೂ ಇತರ ಶೇ. 10 ರಷ್ಟು ಜನರು ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿಯೂ ಕೃಷಿಕ್ಷೇತ್ರವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದ್ದಾರೆ.
3. ಕೃಷಿಕ್ಷೇತ್ರವು ಬಹುದೊಡ್ಡ ಅಸಂಘಟಿತ ವಲಯವಾಗಿದ್ದು ಶೇ. 90 ರಷ್ಟು ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.
4. ದೇಶದ ರಫ್ತು ಆದಾಯದ ಶೇ. 34 ರಷ್ಟು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಂದ ಮತ್ತು ಕಚ್ಚಾ ವಸ್ತುಗಳಿಂದ ಬರುತ್ತಿದೆ.
5. ಕೃಷಿವಲಯವು ದೇಶದ ಇತರ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳೊಂದಿಗೆ ಮತ್ತು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವರಮಾನದೊಂದಿಗೆ ಬಲಿಷ್ಠ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು ಕೃಷಿಕ್ಷೇತ್ರದ ಶೇ. 1ರಷ್ಟು ಬೆಳವಣಿಗೆ ಕೈಗಾರಿಕಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಲ್ಲಿ ಶೇ. 0.5ರಷ್ಟು ಮತ್ತು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ಶೇ. 0.7ರಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತಿದೆ.
6. ದೇಶದ ಒಟ್ಟು ರಫ್ತುವಿನಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಕ್ಷೇತ್ರದ ಪಾಲು ಶೇ. 1ರಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಾದ ಕೃಷಿವಲಯಕ್ಕೆ ಸುಮಾರು ರೂ. 8500 ಕೋಟಿಗಳಷ್ಟು ಹಣವು ಹರಿದು ಬರುತ್ತಿದೆ.

ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಕ್ಷೇತ್ರವು ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತದೆಯಾದರೂ ಅದು ಹತ್ತು ಹಲವು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಇಂದಿಗೂ ಎದುರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯಾನಂತರದಲ್ಲಿ ದೇಶದ ಅರ್ಥಅವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಬದಲಾವಣೆಯಾದರೂ ಕೃಷಿಕ್ಷೇತ್ರವು ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಂದ ಮುಕ್ತವಾಗಿಲ್ಲ. ಮುಖ್ಯವಾಗಿ (ಎನ್.ಸಿ.ಇ.ಆರ್.ಟಿ. 2007)–

1. ಶೇ. 62ರಷ್ಟು ಜನರು ಅವಲಂಬಿತರಾಗಿರುವ ಕೃಷಿರಂಗವು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಉತ್ಪನ್ನದಲ್ಲಿ ಕೇವಲ ಶೇ. 18.5 ರಷ್ಟು ಪಾಲನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಅಂದರೆ ಬಹುಪಾಲು ಜನರ ಆದಾಯವು ಅಲ್ಪ ಪ್ರಮಾಣದ್ದಾಗಿದೆ.

2. ದೇಶದ ಸಮಗ್ರ ಆರ್ಥಿಕ ಬೆಳವಣಿಗಯ ದರವು ಶೇ. 9 ಆಗಿದ್ದರೂ ಕೃಷಿವಲಯದ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ಮಾತ್ರ ಶೇ. 2.7 ರಷ್ಟು ಇದೆ.

3. ದೇಶದ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ಪ್ರತಿ ಎಕರೆಗೆ ರೂ. 2200 ಮತು ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ತಲಾ ರೂ. 1125 ಆಗಿದೆ. ಇದು ಇತರ ದೇಶಗಳ ಕೃಷಿವಲಯಗಳೊಂದಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ತೀರಾ ನಗಣ್ಯವಾಗಿದೆ.

4. ಒಟ್ಟು ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯ ಶೇ.60ರಷ್ಟು ಭೂಮಿಯು ಇಂದಿಗೂ ನೀರಾವರಿ ಸೌಲಭ್ಯದಿಂದ ವಂಚಿತವಾಗಿ ಅಸಮರ್ಪಕ ಮತ್ತು ಅನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಳೆಯನ್ನೇ ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಹೀಗೆ ಹಲವು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ದೇಶದ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಸೂಕ್ತ ಕಾಯಕಲ್ಪದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ.

ಜನಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಜಾಗತಿಕವಾಗಿ ಎರಡನೆಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿರುವ ಭಾರತವು ಇದೇ ಜನಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಶಾಪವಾಗದೆ ವರವನ್ನಾಗಿಸಬೇಕಿದೆ. ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಪಥದಲ್ಲಿ ಜನಸಂಖ್ಯೆಯು ಅಡ್ಡಿಯಾಗದೆ ಪ್ರಗತಿಗೆ ಸಹಕರಿಸುವ ಸಂಪನ್ಮೂಲವಾಗಬೇಕಿದೆ. ಜನಸಂಖ್ಯೆಯು ಸಂಪನ್ಮೂಲವಾಗುವುದು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಾಗ ಮತ್ತು ತನ್ನ ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ನೀಡಿದಾಗ ಮಾತ್ರ. ಇದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದು ಜನರು ಉತ್ತಮ ಆರೋಗ್ಯ, ಶಿಕ್ಷಣ, ಪರಿಸರ, ಮೌಲ್ಯ ಮುಂತಾದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಬಂಡವಾಳಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವಾಗ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಆರೋಗ್ಯವಂತ, ಸದೃಢ, ಉತ್ಪಾದಕ ಜನ ಸಮೂಹದ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕೆ ಕೃಷಿ ವಲಯದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮೂಲ ತಳಪಾಯ. (ಲೋಬೋ ನಾರ್‌ಬರ್ಟ್2009).

ಕೃಷಿವಲಯವು ಜನ ಜೀವನಕ್ಕೆ ಯೋಗ್ಯವಾದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮೌಲ್ಯ, ಪರಿಸರ ಸ್ನೇಹಿ ಉತ್ಪಾದಕತೆ, ಕೌಟುಂಬಿಕ ಮೌಲ್ಯ, ಸಹಕಾರ ಮತ್ತು ಪೌಷ್ಟಿಕ ಆಹಾರವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

ಲಭ್ಯವಿರುವ ಆಹಾರ ಮೂಲಗಳಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳು, ಹಣ್ಣುಹಂಪಲುಗಳು ಮತ್ತು ಧವಸಧಾನ್ಯಗಳು ಈ ಕೆಳಗೆ ತಿಳಿಸಿದ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುತ್ತವೆ. ಆದುದರಿಂದ ಭಾರತದ ಕೃಷಿವಲಯದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರವು ಮಹತ್ವವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.1

ವಿವಿಧ ವಯೋಮಾನದ ಭಾರತೀಯರ ದೈನಂದಿನ ಅವಶ್ಯಕ ಪೌಷ್ಟಿಕಾಂಶಗಳ ವಿವರ:

ವರ್ಗ	ಪ್ರಾಯ	ಭಾರ (ಕಿ.ಗ್ರಾ)	ಎತ್ತರ (ಸೆ.ಮೀ)	ಶಕ್ತಿ (ಕ್ಯಾಲರಿ)	ಪ್ರೋಟೀನ್ (ಗ್ರಾಂ)	ಜೀವಧಾತು (ಮಿ.ಗ್ರಾಂ)
ಶಿಶುಗಳು	0–1	6–9	60–71	690–945	12–19.8	35
ಮಕ್ಕಳು	1–10	13–28	90–132	1300–2400	23–3604	45
ಗಂಡಸರು	11–18	45–66	157–176	2700–2800	45–46	50–60
	19–50	70	177–178	2700–2900	56	60
	51–+	70	187	2400	56	50–60
ಹೆಂಗಸರು	11–18	46–55	157–163	2100–2200	46	50–60
	19–50	55	163	2000–2100	44	60
	51+	55	163	1800	44	60
ಗರ್ಭಿಣಿಯರು	–	–	–	+300	+30	+20
ಬಾಣಂತಿಯರು	–	–	–	+500	+20	+40

ಮೂಲ : **Food and Nutrition Board, Academy of Sciences National Research Council, Washington.**

ಈ ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕ ವಿವರಿಸುವಂತೆ ಮನುಷ್ಯನ ದೈನಂದಿನ ಆಹಾರದ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಹಲವು ರೀತಿಯ ಜೀವಧಾತು, ಅನ್ನಾಂಗ, ಖನಿಜ ಮತ್ತು ಲವಣಾಂಶಗಳು ವಿವಿಧ ಪ್ರಮಾಣಗಳಲ್ಲಿ ಅವಶ್ಯವಿದೆ. ಸಮತೋಲನ ಆಹಾರವು ಈ ಎಲ್ಲ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವಂತಿರಬೇಕು.

ತರಕಾರಿಗಳು ಜೀವಧಾತುಗಳಲ್ಲದೆ ಔಷಧೀಯ ಗುಣಗಳನ್ನೂ ಹೊಂದಿದ್ದು ನಮ್ಮ ದೇಹದಲ್ಲಿನ ರೋಗ ನಿರೋಧಕ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಉದ್ದೀಪಿಸಿ ನೈಸರ್ಗಿಕ ರೋಗ ನಿರೋಧಕಗಳಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ವಿವಿಧ ಕಾಯಿಲೆಗಳಿಗೆ ವಿವಿಧ ತರಕಾರಿಗಳು ಸೂಕ್ತ ಉಪಶಮನಗಳಾಗಿವೆ. ಆದ್ದರಿಂದಲೇ ತರಕಾರಿಗಳ ಸಾರವನ್ನು ಔಷಧಿಗಳ ನಿರ್ಮಾಣದಲ್ಲೂ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ.

ಅಪೌಷ್ಟಿಕತೆ ಮತ್ತು ಆಹಾರದಲ್ಲಿನ ಅಭದ್ರತೆಗಳನ್ನು ನೀಗಿಸಲು ತರಕಾರಿಗಳು ಅಗ್ಗದ ಮತ್ತು ಸಂತುಲಿತ ಆಹಾರಗಳಾಗಿ ಸಹಕರಿಸುತ್ತವೆ.

3.1 ಭಾರತದ ಆರ್ಥ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆ:

ಪ್ರಾಕೃತಿಕವಾಗಿ ಭಾರತವು ಹಲವು ರೀತಿಯ ಹವಾಮಾನಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ ಪ್ರದೇಶಗಳನ್ನೊಳಗೊಂಡಿದೆ. ಪ್ರದೇಶದಿಂದ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ ಮಣ್ಣಿನ ಫಲವತ್ತತೆ, ಹವಾಗುಣ, ಮಳೆಯ ಪ್ರಮಾಣ, ತೇವಾಂಶ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ವ್ಯತ್ಯಾಸವಾಗುತ್ತಿವೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹತ್ತು ಹಲವು ರೀತಿಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ತರಕಾರಿಗಳು ಅಲ್ಪಾವಧಿಯದ್ದಾದುದರಿಂದ ಎಲ್ಲ ರೀತಿಯ ಬೆಳೆ ಮಾದರಿಗಳಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ನಿರಂತರ ಆದಾಯವನ್ನು ತರುತ್ತಿವೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯು ಬೆಳೆಗಾರರ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಗತಿಯನ್ನು ಸದೃಢಗೊಳಿಸಿ ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ತನ್ನ ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿದೆ.

ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎನ್ನುವುದು ಸಮಗ್ರ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಧನಾತ್ಮಕ ಬದಲಾವಣೆ. ಈ ದೀರ್ಘ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಹಲವು ಅಂಶಗಳು ಒಳಗೊಂಡಿವೆ. ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಅಳೆಯಲು ಇರುವ ಗುಣಾತ್ಮಕ ಅಳತೆಗೋಲು–ಮಾನವ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಸೂಚ್ಯಂಕ. (ಮೂರ್ತಿ ಟಿ.ಎಚ್ 2007). ಇದು ಮನುಷ್ಯನ ಆಯುಃ ಪ್ರಮಾಣ, ಆರೋಗ್ಯ ಮಟ್ಟ, ಬಡತನ ಪ್ರಮಾಣ ಮುಂತಾದುವುಗಳನ್ನು ಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ತರಕಾರಿ ಬಳಕೆಯು ಸಮತೋಲನ ಆಹಾರವನ್ನು ಒದಗಿಸಿ ಅಪೌಷ್ಟಿಕತೆಯನ್ನು ನಿವಾರಿಸಿ ಜನರ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಸಹಕರಿಸುತ್ತದೆ.

3.2 ಭಾರತದ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ. :

ಭಾರತದ ಕೃಷಿ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳು ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಅಂಶಗಳು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸುತ್ತವೆ. (ರಾಯ್ ಎನ್ & ಯಾದವ್ ಡಿ.ಎಸ್. 2005).

- ತರಕಾರಿಗಳು ಪ್ರೊಟೀನ್, ವಿಟಮಿನ್, ಖನಿಜ, ತೇವಾಂಶಗಳಿಂದ ಸಮೃದ್ಧವಾಗಿದ್ದು ಜನರ ದೈನಂದಿನ ಸಮತೋಲನ ಆಹಾರದ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುತ್ತದೆ.
- ಆಹಾರ ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿ ಅಪೌಷ್ಟಿಕತೆಯನ್ನು ನಿವಾರಿಸುತ್ತದೆ.
- ಹಲವು ತರಕಾರಿಗಳಲ್ಲಿ ಔಷಧೀಯ ಗುಣಗಳಿದ್ದು ಜನರ ರೋಗನಿರೋಧಕ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ. ಮತ್ತು ನೈಸರ್ಗಿಕ ರೋಗನಿರೋಧಕಗಳಾಗಿ ವರ್ತಿಸುತ್ತವೆ.
- ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಸಹಕಾರಿ.
- ತರಕಾರಿಗಳ ನಿರಂತರ ಬಳಕೆಯಿಂದ ಆರೋಗ್ಯ ಮಟ್ಟ ಸುಧಾರಿಸುವುದು.
- ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯು ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಆದಾಯದ ಮೂಲವಾಗಿದ್ದು ಬೆಳೆಗಾರರ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಗತಿಯೂ ಸುಧಾರಿಸುತ್ತದೆ.

❖ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಉದ್ಯೋಗವಕಾಶಗಳನ್ನು ನೀಡಿ ನಿರುದ್ಯೋಗ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ನಿವಾರಿಸುತ್ತದೆ.

❖ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಯೋಗ್ಯ ಬಳಕೆಗೆ ಸಹಕರಿಸುತ್ತದೆ.

❖ ದೇಶದ ರಪ್ತುವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕೆ ತನ್ನ ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ನೀಡಿದೆ.

❖ ಕೈಗಾರಿಕೆ ಮತ್ತು ತೃತೀಯ ರಂಗದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಸಹಕಾರಿ.

❖ ಧಾನ್ಯಗಳಿಗಿಂತ ಸುಮಾರು ಐದು ಪಟ್ಟು ಹೆಚ್ಚು ಇಳುವರಿಗಳನ್ನು ತರಕಾರಿಗಳು ನೀಡುತ್ತವೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.2

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ಪ್ರಧಾನ ಧಾನ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ತರಕಾರಿಗಳ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಿ ಹೋಲಿಕೆ.

ಕ್ರಮ ಸಂಖ್ಯೆ	ಬೆಳೆ	ಸರಾಸರಿ ಉತ್ಪಾದಕತೆ (ಕ್ವಿಂ. / ಹೆಕ್ಟೇರ್)
1.	ಗೋದಿ	38.95
2.	ಭತ್ತ	26.98
3.	ಮೆಕ್ಕೆ ಜೋಳ	17.00
4.	ಟೊಮೆಟೋ	156.00
5.	ಬಟಾಟೆ	198.00
6.	ಬದನೆ	130.00

ಮೂಲ : ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಸಂಘಟನೆ–ವಾರ್ಷಿಕ ಸಂಚಿಕೆ 2009.

ತರಕಾರಿಗಳು ರಸಭರಿತ, ರುಚಿಕರ ಮತ್ತು ಸತ್ವದಾಯಕವಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೇ ಧಾನ್ಯಗಳಿಗಿಂತ ಅಧಿಕ ಇಳುವರಿಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆ ಎಂಬುದು ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಿಂದ ವ್ಯಕ್ತವಾಗುತ್ತದೆ. ಹಲವು ತರಕಾರಿಗಳು ಬಹಳ ಬೇಗನೆ ಕಟಾವಿಗೆ ಬರುವ ಕಾರಣ ಒಂದೇ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ಬಹು ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಬಹುದು. ಆದ್ದರಿಂದ ದೇಶದ ಕೃಷಿರಂಗದ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯು ಅತ್ಯಂತ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದೆ.

ಹೀಗೆ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯು ದೇಶದ ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತಿದೆಯಾದರೂ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನ ಕ್ಷೇತ್ರವು ನಿರಾಶಾದಾಯಕವಾಗಿದೆ. ದೇಶದ ಒಟ್ಟು ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಪೂರೈಸುವಲ್ಲಿ ವಿಫಲವಾಗಿದೆ. ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂಪ್ರದೇಶವು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಏರಿಕೆಯಾದರೂ, ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ ಉಂಟಾದರೂ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಯ ಮಧ್ಯೆ ಅಗಾಧ

ಅಂತರವಿದೆ. ಭಾರತೀಯನೊಬ್ಬನ ತಲಾ ದೈನಂದಿನ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು 160 ಗ್ರಾಂಗಳ ಕೊರತೆ ಇದ್ದು ಇದನ್ನು ನಿವಾರಿಸುವಲ್ಲಿ ಭಾರತೀಯ ತರಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರವು ಬಹುದೂರ ಸಾಗಬೇಕಿದೆ. (ಸಿಂಗ್ ಎನ್.ಪಿ. 2003).

3.3 ಭಾರತದ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಪ್ರಗತಿ :

ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಪೂರ್ಣ ಹವಮಾನವನ್ನೂ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಮಣ್ಣಿನ ಗುಣವನ್ನೂ ಹೊಂದಿದ ಭಾರತ, ಜಾಗತಿಕವಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಚೀನಾ ದೇಶದ ಅನಂತರದ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಜಾಗತಿಕ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಸುಮಾರು ಶೇ. 19ರಷ್ಟು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆ-ಯಾಗುತ್ತಿದ್ದು ಸಮುದ್ರ ಮಟ್ಟದಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿ ಹಿಮಾಚ್ಛಾದಿತ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲೂ ಹಲವು ರೀತಿಯ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.3

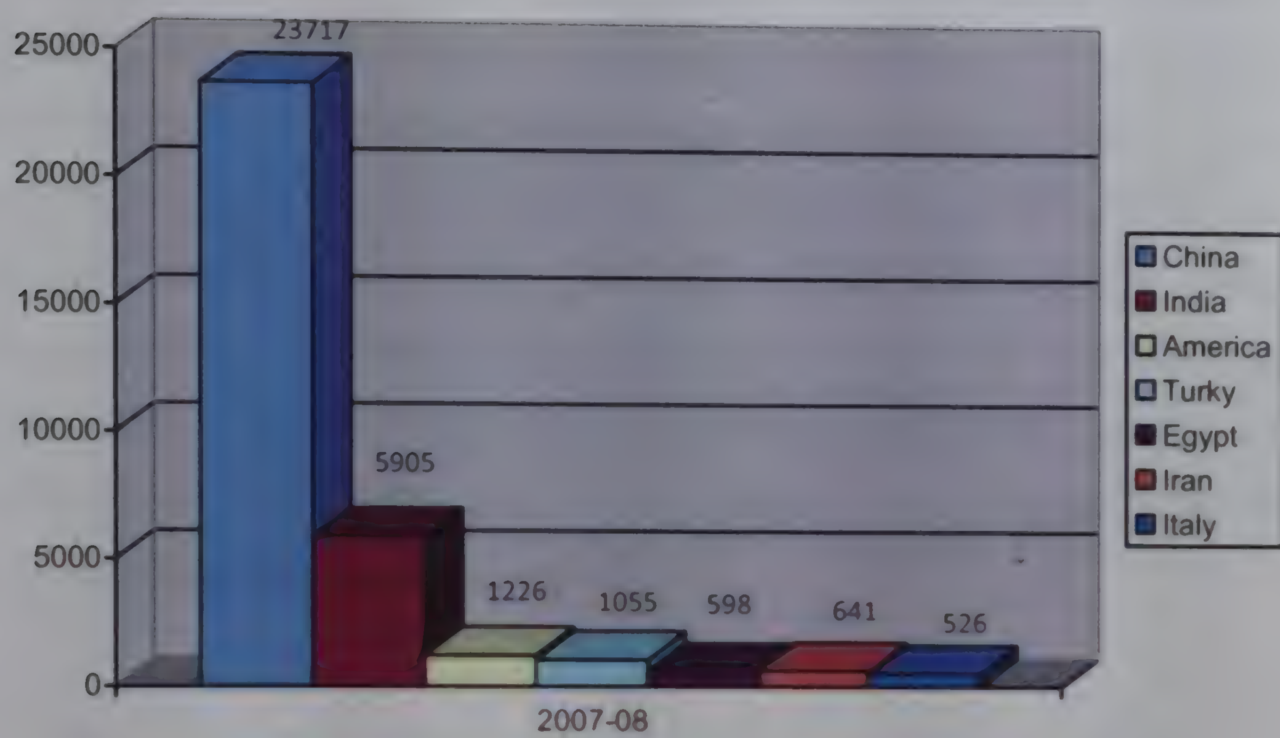
ಜಾಗತಿಕ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಪ್ರಧಾನ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ.

ಕ್ರ ಸಂ.	ದೇಶ	ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ (1000 ಹೆಕ್ಟೇರ್)			ಉತ್ಪಾದನೆ (1000ಟನ್)		
		2005–06	**2006–07**	**2007–08**	**2005–06**	**2006–07**	**2007–08**
1	ಚೀನಾ	22151	23000	23717	423392	437222	451633
2	ಭಾರತ	5616	6110	5905	68883	77446	77243
3	ಅಮೇರಿಕಾ	1253	1234	1226	35841	36766	38847
4	ಟರ್ಕಿ	1079	1059	1055	26288	25738	25707
5	ಇಜಿಪ್ಟ್	600	660	598	16235	18466	16041
6	ಇರಾನ್	647	647	641	15923	16318	15993
7	ಇಟಲಿ	593	571	526	157974	14713	13499
	ಒಟ್ಟು	**50824**	**52327**	**52705**	**869041**	**895615**	**908838**

ಮೂಲ : ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಸಂಘಟನೆ–ವಾರ್ಷಿಕ ಸಂಚಿಕೆ 2009.

ಈ ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕದ ಪ್ರಕಾರ ಭಾರತವು ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುವ ಶೇ. 11 ರಷ್ಟು ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ ಮತ್ತು ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ 13.8 ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಟನ್‌ಗಳಾಗಿವೆ. ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಚೀನಾ ದೇಶವು ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ನಿರಂತರ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಿ ಇಂದು ಸರ್ವಪ್ರಥಮ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದರೆ ಭಾರತವು ಎರಡನೆಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯ ವಿಚಾರದಲ್ಲೂ ಭಾರತವು ಇತ್ತೀಚಿಗಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಿದೆ.

ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ (1000 ಹೆಕ್ಟೇರ್)



ಉತ್ಪಾದನೆ (1000ಟನ್)



ರೇಖಾಚಿತ್ರ 3.1
2007–08ರಲ್ಲಿ ಜಾಗತಿಕ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಪ್ರಮುಖ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಹಾಗೂ ಉತ್ಪಾದನೆ

ಚಾರಿತ್ರಿಕವಾಗಿ ಭಾರತದ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಮೂರು ಪ್ರಮುಖ ಹಂತಗಳನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು.

ಮೊದಲನೆಯ ಹಂತ : 1993ರ ನಂತರ ಜ್ಞಾನ ಆಧಾರಿತ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಆವಿಷ್ಕಾರದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ನಡೆದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಗುರುತಿಸಬಹುದು. ಈ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಯೋಜನಾ ಅನುದಾನ ನೀಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ ಮತ್ತು ಸಂಶೋಧನೆಯ ಫಲವಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಯಿತು. 1993–2003ರ ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯು 580 ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ನಿಂದ 826 ಲಕ್ಷ ಟನ್ ಏರಿತು. ಇದೇ ಅವಧಿಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ 10.5 ಟನ್ ನಿಂದ 14.4 ಟನ್‌ಗಳಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಿತು. ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂಪ್ರದೇಶದ ವಿಸ್ತಾರವು ಈ ಅವಧಿಗಳಲ್ಲಿ 50 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ 61.5 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ (ಒಟ್ಟು ಕೃಷಿಭೂಮಿಯ ಶೇ. 16.4) ವಿಸ್ತರಿಸಿತು. (ಸಿಂಗ್ ಎಚ್.ಪಿ. 2005).

ಕೋಷ್ಟಕ 3.4

1993–2003 ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾದ ಭೂಪ್ರಮಾಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ.

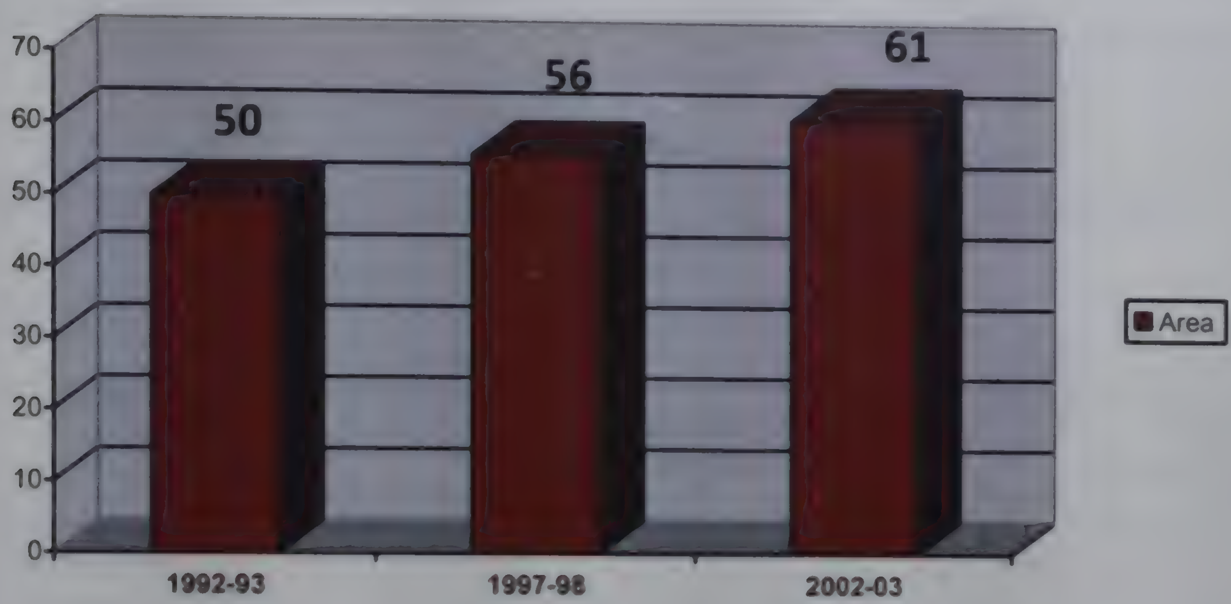
	1992–93	1997–98	2002–03
ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್)	50	56	61
ಉತ್ಪಾದನೆ (ಲಕ್ಷ ಟನ್)	638	726	886
ಉತ್ಪಾದಕತೆ (ಮೆ.ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್)	10.5	13	14.4

ಮೂಲ : ಸಿಂಗ್ ಎಚ್.ಪಿ. 2005

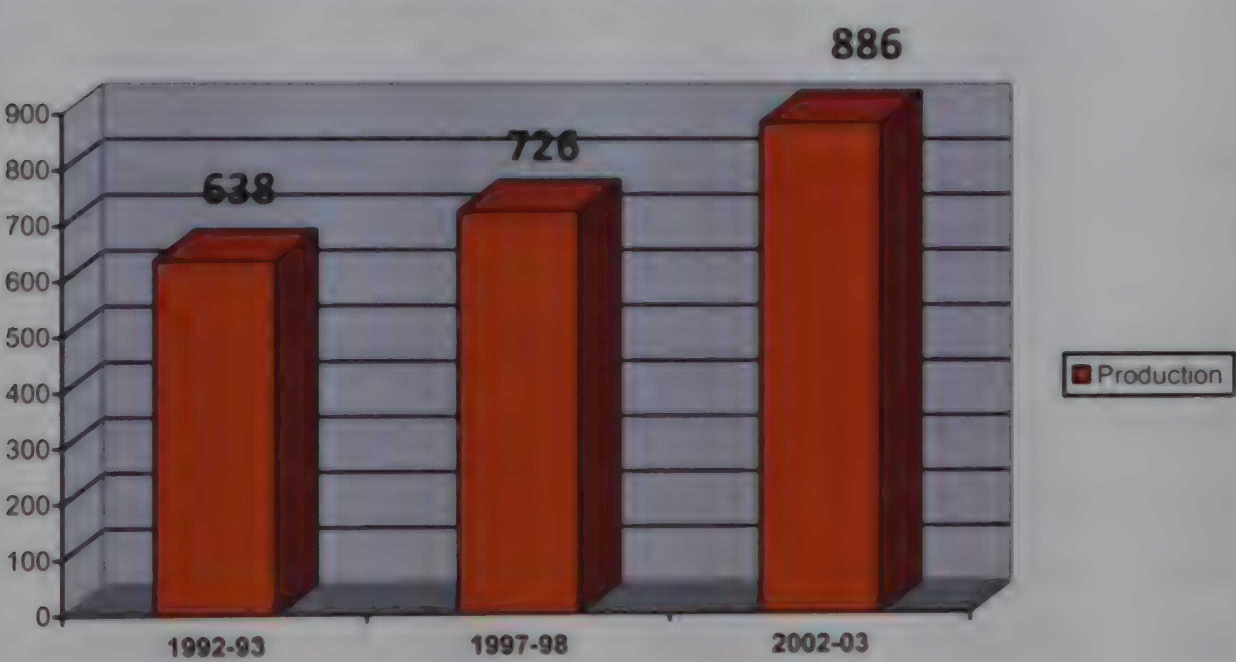
ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ (1993–03) ಸುಧಾರಿತ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ, ಆಧುನಿಕ ತಳಿ, ನವೀನ ಕೃಷಿ ಪದ್ಧತಿ, ಹೆಚ್ಚಳಗೊಂಡ ಯೋಜನಾ ಅನುದಾನ ಮುಂತಾದುವುಗಳ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ದೊರಕಿತು. ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಭೂಬಳಕೆ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ ಉಂಟಾಯಿತು.

ತರಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಾದ ಈ ಮಹತ್ವಪೂರ್ಣ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು 'ಚಿನ್ನದ ಕ್ರಾಂತಿ' ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗಿದೆ. (ವರ್ಮುಡಿ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ 2001). ಈ ಕ್ರಾಂತಿಯು ಅನಂತರದ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಮುಂದುವರಿದುಕೊಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಭಾರತ ಸರಕಾರದ ನಿರಂತರ ಪ್ರಯತ್ನ ಮತ್ತು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹದ ಫಲವಾಗಿ ಹಲವಾರು ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ನಡೆದಿವೆ. ರಾಜ್ಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆಗಳ ಪುನಸ್ಸಂಘಟನೆ, ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳ ಸಾಮಾರ್ಥ್ಯ ಹೆಚ್ಚಿಸುವಿಕೆ ಮುಂತಾದುವು ಸರಕಾರ ಕೈಗೊಂಡ ಕ್ರಮಗಳಾಗಿವೆ.

ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)



ಉತ್ಪಾದನೆ (ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)



ರೇಖಾಚಿತ್ರ 3.2

1993–2003 ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾದ ಭೂಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ

ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಕೇವಲ ಪ್ರಮಾಣಾತ್ಮಕ ಹೆಚ್ಚಳ ಉಂಟಾಗಿದ್ದಲ್ಲದೆ ಗುಣಾತ್ಮಕ ಬದಲಾವಣೆಯೂ ಆಗಿದೆ. 1993–03ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಸರ್ವಾಂಗೀಣ ಪ್ರಗತಿ ಉಂಟಾಗಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಭಾರತದ ಪ್ರಮುಖ ಐದು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ, ಭೂಬಳಕೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಏರಿಕೆ ಉಂಟಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.5

1993–2003ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಪ್ರಮುಖ ಐದು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಾದ ಪ್ರಗತಿ.

ಕ್ರ ಸಂ.	ತರಕಾರಿ	1993			2003		
		ಭೂಬಳಕೆ (1000 ಹೆಕ್ಟೇರ್)	ಉತ್ಪಾದನೆ (1000 ಮೆ.ಟನ್)	ಉತ್ಪಾದಕತೆ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್)	ಭೂಬಳಕೆ (1000 ಹೆಕ್ಟೇರ್)	ಉತ್ಪಾದನೆ (1000 ಮೆ.ಟನ್)	ಉತ್ಪಾದಕತೆ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್)
1	ಟೊಮೇಟೋ	289.1	4243.4	14.7	458.1	7462.7	17.4
2	ಬದನೆ	300.7	4612.2	15.3	502.4	8347.7	16.6
3	ಕ್ಯಾಬೇಜ್	188.9	3236.8	17.1	258.1	5678.2	22.0
4	ನೀರುಳ್ಳಿ	380.2	5704.7	15	495.8	5252.1	10.6
5	ಬಟಾಟೆ	1240.0	18479.0	14.9	1259.5	24465.1	19.4
6	**ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿಗಳು**	**5040**	**63800**	**12.6**	**6150**	**88620**	**14.4**

ಮೂಲ ಸಿಂಗ್. ಎಚ್.ಪಿ. (2005)

ಈ ಮೆಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಂತೆ 1993 ಮತ್ತು 2003ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಏರಿಕೆ ಉಂಟಾಗಿದೆ. ಎಲ್ಲ ತರಕಾರಿಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೀವ್ರ ಏರಿಕೆ ಉಂಟಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ಟೋಮೇಟೋ, ಬಟಾಟೆ ಮತ್ತು ಕ್ಯಾಬೇಜ್ ಬೆಳೆಗಳ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ಗಮನಾರ್ಹ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡಿದೆ. ಇದೇ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ನೀರುಳ್ಳಿ ಬೆಳೆಯ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ಇಳಿಕೆಯಾದರೆ ಬದನೆ ಬೆಳೆಯ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ಕನಿಷ್ಠ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡಿದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು 12.6 ಟನ್ ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ 14.4 ಟನ್ ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಏರಿಕೆಯಾಗಿದೆ.

ಎರಡನೆಯ ಹಂತ : 2003–06 ರಿಂದ ಈಚೆಗೆ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ನವೀನ ಆಯಾಮಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲಾಗಿದೆ. ಕೃಷಿಕ್ಷೇತ್ರವನ್ನು ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾಗಿಸಲು ಪರಿಸರ ಸ್ನೇಹ ಕೃಷಿ ಪದ್ಧತಿ, ಸಮರ್ಥ ಭೂನಿರ್ವಹಣೆ, ಪ್ರಾಕೃತಿಕ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಯಥೋಚಿತ ಬಳಕೆ, ಉದ್ಯೋಗ ಸೃಷ್ಟಿ ಮುಂತಾದ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಅಂದಾಜಿಸಲಾಗಿದೆ. ಎಂಟನೇ ಪಂಚವಾರ್ಷಿಕ

ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು ರೂ. 1000 ಕೋಟಿಗಳಷ್ಟಿದ್ದ ಯೋಜನಾ ನೀಡಿಕೆಯು ಹತ್ತನೆಯ ಪಂಚವಾರ್ಷಿಕ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ರೂ. 1454 ಕೋಟಿಗಳಿಗೇರಿತು. ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಕೈಗೊಂಡ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳೆಂದರೆ –

1. ಕೇಂದ್ರ ಸರಕಾರ ಪ್ರಾಯೋಜಿತ ನೂತನ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಹಿಮಾಚಲ ಪ್ರದೇಶ, ಜಮ್ಮು ಮತ್ತು ಕಾಶ್ಮೀರ ಮತ್ತು ಉತ್ತರಾಂಚಲ ರಾಜ್ಯಗಳಿಗೆ ವಿಸ್ತರಿಸುವುದು.
2. ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆಯ ವತಿಯಿಂದ ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು 30.5 ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ಗಳಿಗೇರಿಸುವುದು.
3. ರೂ. 50 ಕೋಟಿ ಅಂದಾಜು ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ನವೀನ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಪದ್ಧತಿ ಮತ್ತು ನೂತನ ಕೃಷಿ ವಿಧಾನ ಯೋಜನೆಯ ಅನುಷ್ಠಾನ ಮತ್ತು
4. ಕ್ರಿಶ 2010ರ ವೇಳೆಗೆ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ದುಪ್ಪಟ್ಟುಗೊಳಿಸುವರೆ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಮಿಶನ್ ಸ್ಥಾಪನೆ. ಮುಂತಾದವುಗಳಾಗಿವೆ.

ಮೂರನೆಯ ಹಂತ : 2006ರ ನಂತರದ ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಉತ್ತೇಜನ ದೊರಕಿದ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ, ಭೂ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಏರಿಕೆ ಉಂಟಾಗಿದೆ.

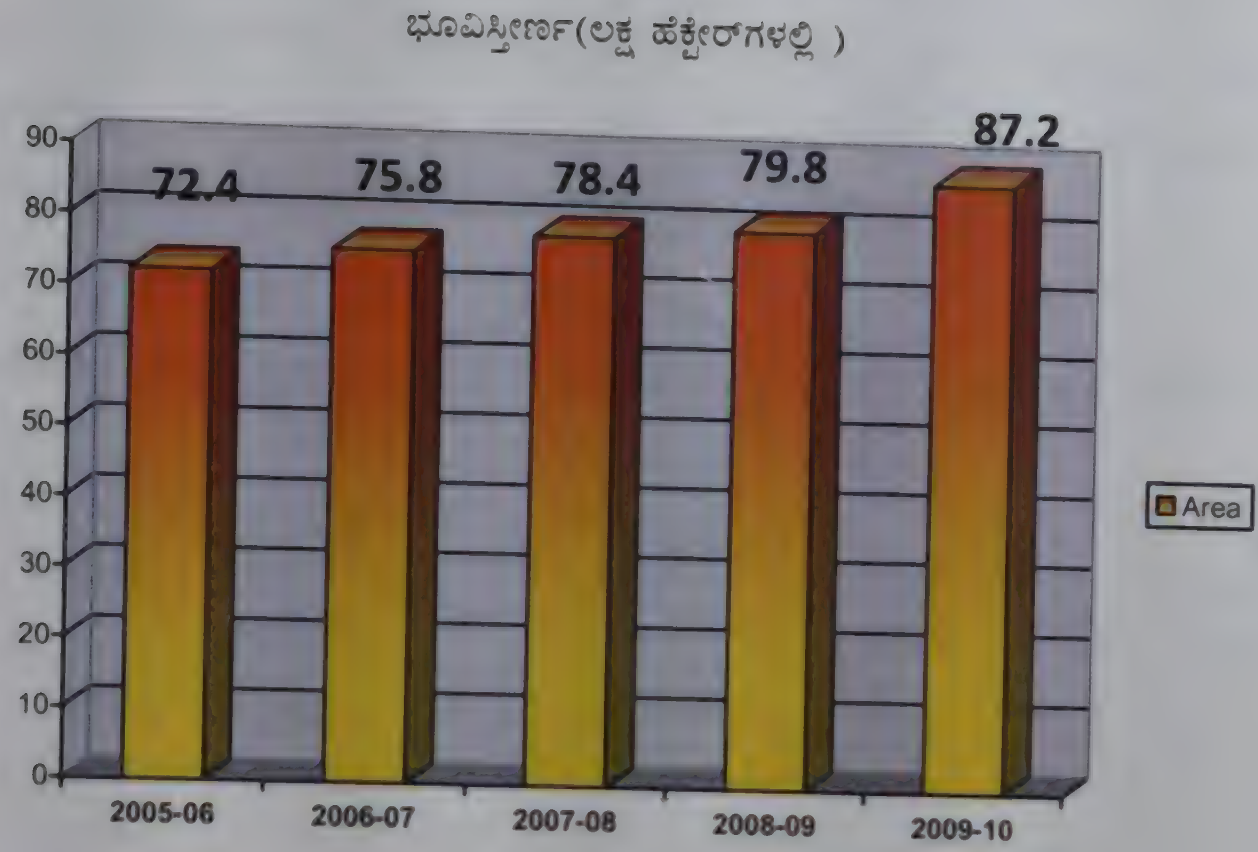
ಕೋಷ್ಟಕ 3.6

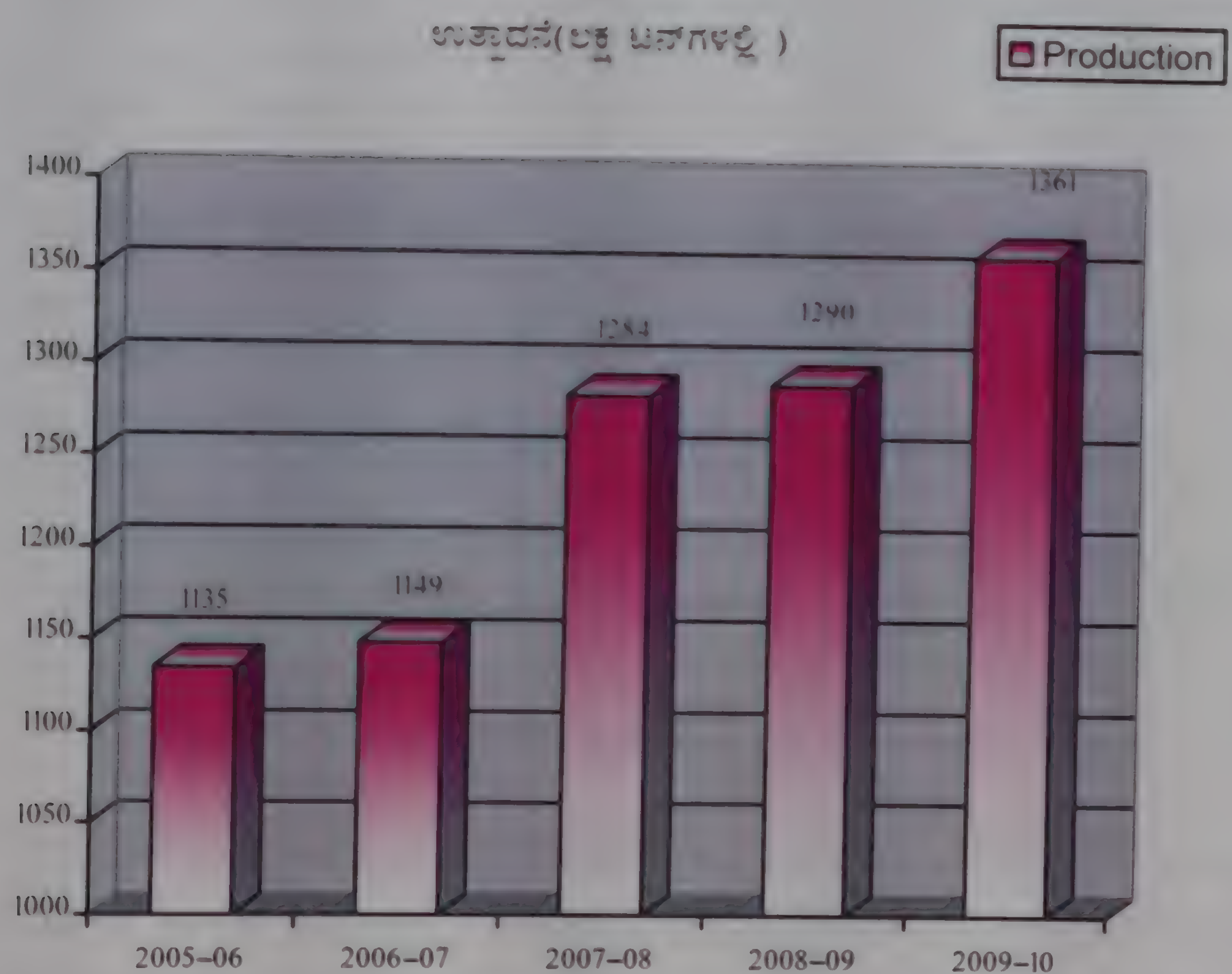
ಭಾರತದಲ್ಲಿ 2005–06 ರಿಂದ 2009–10 ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ.

	2005–06	**2006–07**	**2007–08**	**2008–09**	**2009–10**
ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್)	72.4	75.8	78.4	79.8	87.2
ಉತ್ಪಾದನೆ (ಲಕ್ಷ ಟನ್)	1135	1149	1284	1290	1361
ಉತ್ಪಾದಕತೆ (ಮೆ.ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್)	15.6	15.1	16.3	16.1	16.4

ಮೂಲ : ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೊಟಗಾರಿಕಾ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ ಅಂಶ 2005–06 ರಿಂದ 2009–10

2006 ರಿಂದ 2010ರ ವರೆಗಿನ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣವು 75.8 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ 82.7 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೂ ಉತ್ಪಾದನೆಯು 1149 ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್‌ನಿಂದ 1361 ಲಕ್ಷ ಮೆ. ಟನ್‌ಗೆ ಏರಿತು. ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಿ ಅಲ್ಪ, ಅಂದರೆ 15.1 ಟನ್ ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ 16.4 ಟನ್ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಏರಿಕೆ ಆಗಿದೆ.





ರೇಖಾಚಿತ್ರ 3.3
ಭಾರತದಲ್ಲಿ 2005–06 ರಿಂದ 2009–10 ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ.





ಮೂರನೆಯ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ, ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಮತ್ತು ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣದಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಏರಿಕೆ ಉಂಟಾಗಿದೆ. ಇದು ತರಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಪ್ರಮಾಣಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ಗುಣಾತ್ಮಕ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ದಾಖಲಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಮಹತ್ವಪೂರ್ಣ ಬೆಳವಣಿಗೆಯು ಹಿಂದಿನ ಹಂತದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಮುಂದುವರಿಕೆಯಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.7

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (000 ಹೆಕ್ಟೇರ್) ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ (000ಟನ್)

ಕ್ರ ಸಂ.	ತರಕಾರಿ	2006–07		2007–08		2008–09		2009–10	
		ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ
1	ಬಟಾಟೆ	1743	28600	1795	34658	1828	34391	1862.5	35888.7
2	ನೀರುಳ್ಳಿ	768	10847	821	13900	834	13565	755.7	12167.2
3	ಟೊಮೇಟೋ	596	10055	566	10303	599	11149	619.8	11979.7
4	ಬದನೆ	568	9453	561	9678	600	10378	580.1	10069.8
5	ಎಲೆಕೋಸು	249	5584	266	5910	310	6870	300.5	6356.8
6	ಹೂಕೋಸು	302	5538	312	5777	349	6532	314.9	5988.5
7	ಗೆಣಸು	123	1067	123	1094	124	1120	130.8	1170.1
	ಭಾರತ	7581	114993	7848	128449	7981	129077	8214.6	136189.15

ಮೂಲ : ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ ಅಂಶ 2006–07 ರಿಂದ 2009–10

ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆಯ ಅಂಕಿ–ಅಂಶದಂತೆ 2006–07 ಮತ್ತು 2009–10 ರ ಮಧ್ಯದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರಮಾಣವು ನಿರಂತರ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡುಕೊಂಡಿದೆ. ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳ ಪೈಕಿ ಬಟಾಟೆ, ನೀರುಳ್ಳಿ, ಟೊಮೇಟೋ ಮತ್ತು ಬದನೆಗಳ ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರಮಾಣವು ಸರಾಸರಿ ಶೇ. 2.01 ದರದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣವು ಶೇ. 1.69ದರದಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆಯಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.8

2005–06 ರಿಂದ 2009–10 ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ರಾಜ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಹಾಗೂ ಉತ್ಪಾದನೆ.

ಕ್ರ. ಸಂ.	ರಾಜ್ಯ	ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (0000 ಹೆಕ್ಟೇರ್)					ಉತ್ಪಾದನೆ (0000 ಟನ್)				
		2005–06	2006–07	2007–08	2008–09	2009–10	2005–06	2006–07	2007–08	2008–09	2009–10
1	ಪ. ಬಂಗಾಲ	124.4	131.1	131.3	132.3	130.2	1901.9	1714.0	2245.6	2270.4	2190.6
2	ಉ. ಪ್ರದೇಶ	86.8	89.7	96.0	98.7	130.5	1713.0	1819.0	1979.0	185.0	2081.6
3	ಬಿಹಾರ	80.4	82.4	82.63	82.6	84.7	1335.6	1361.2	1406.7	1338.5	1460.3
4	ತಮಿಳುನಾಡು	23.4	25.2	26.2	28.6	28.6	654.6	707.4	797.5	869.3	904.2
5	ಒಡಿಶಾ	65.6	66.0	66.0	67.2	69.5	805.2	818.0	821.4	846.7	893.7
6	ಗುಜರಾತ್	38.0	36.6	41.1	39.4	40.6	630.8	606.2	740.3	680.7	725.4
7	ಕರ್ನಾಟಕ	40.3	41.2	42.7	44.7	44.1	670.4	547.8	736.7	772.4	708.2
8	ಭಾರತ	724.0	758.0	784.8	798.0	827.4	11350.7	11499.3	12844.8	12907.6	13618.9

ಮೂಲ : ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ-ಅಂಶ 2006–07 ರಿಂದ 2009–10

ಈ ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕದ ಪ್ರಕಾರ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಉ.ಪ್ರದೇಶ ರಾಜ್ಯವು ಭೂಗೋಲಿಕವಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಮುಂಚೂಣಿಯಲ್ಲಿದೆ. ಅನಂತರದ ಸ್ಥಾನಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ ಪಶ್ಚಿಮ ಬಂಗಾಲ, ಬಿಹಾರ್, ಒಡಿಶಾ, ಕರ್ನಾಟಕ, ಗುಜರಾತ್ ಮತ್ತು ತಮಿಳುನಾಡು ರಾಜ್ಯಗಳಿವೆ. ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಪ.ಬಂಗಾಲ ರಾಜ್ಯವು ಪ್ರಥಮ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದು ಅನಂತರದ ಸ್ಥಾನಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ ಉತ್ತರ ಪ್ರದೇಶ, ಬಿಹಾರ್, ತಮಿಳುನಾಡು, ಒಡಿಶಾ, ಗುಜರಾತ್ ಮತ್ತು ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯಗಳಿವೆ. ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣದ ಏರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ತರ ಪ್ರದೇಶ ರಾಜ್ಯವು ಮುಂಚೂಣಿಯಲ್ಲಿದೆ. 2005-06 ಮತ್ತು 2009-10ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಇದು 8 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ 13ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಏರಿತು. ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತಮಿಳುನಾಡು ರಾಜ್ಯವು 65 ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ನಿಂದ 90 ಲಕ್ಷ ಟನ್ ವರೆಗೆ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಿತು.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ 2005-06 ರಿಂದ 2009-10 ರ ವರೆಗಿನ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಎಲ್ಲ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂಪ್ರದೇಶ (72.4 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ನಿಂದ 82.7 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್) ಮತ್ತು ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯು (1135 ಲಕ್ಷಟನ್‌ನಿಂದ 1361 ಲಕ್ಷಟನ್) ಗಮನಾರ್ಹವಾಗಿ ಏರಿಕೆಯಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.9

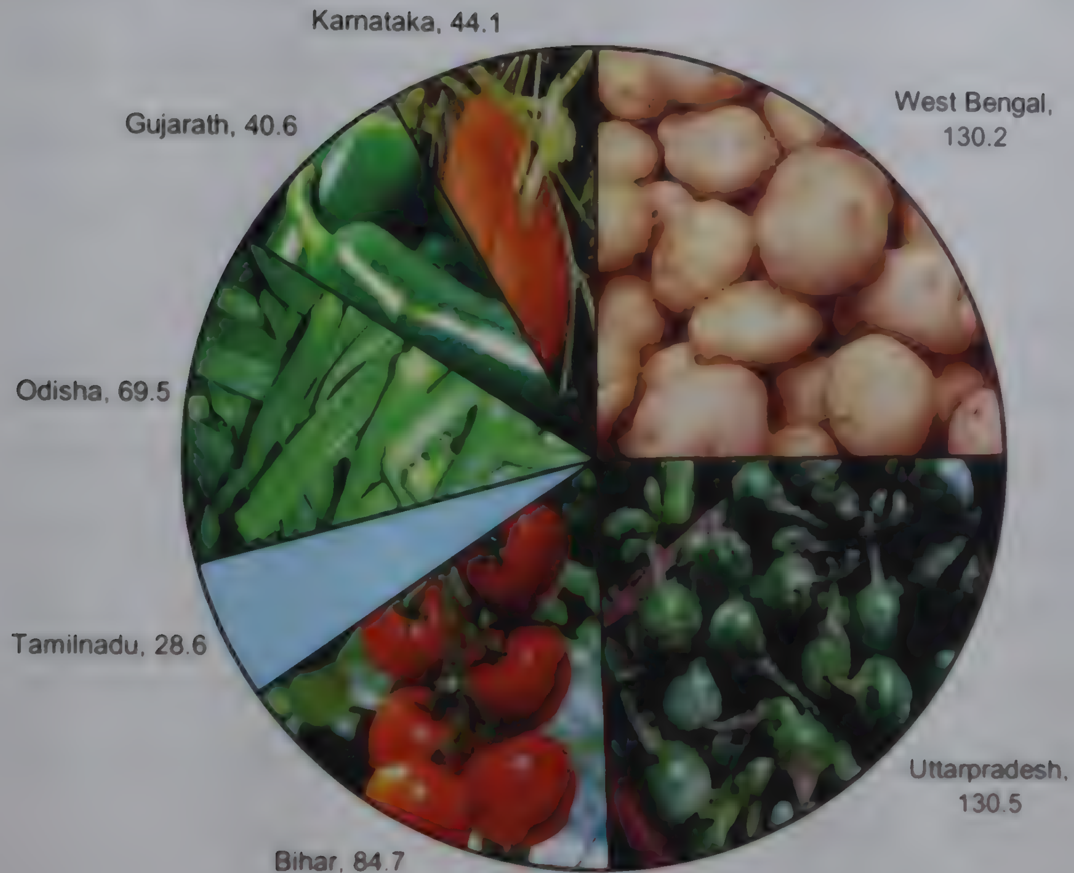
2009-10ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ನಿರತವಾಗಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ರಾಜ್ಯಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ (0000 ಹೆಕ್ಟೇರ್), ಉತ್ಪಾದನೆ (0000 ಟನ್) ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ

ರಾಜ್ಯಗಳು	ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಉತ್ಪಾದಕತೆ
ಪ. ಬಂಗಾಲ	130.2	2190.6	16.8
ಉ. ಪ್ರದೇಶ	130.5	2081.6	16.0
ಬಿಹಾರ	84.7	1460.3	17.3
ತಮಿಳುನಾಡು	28.6	904.2	32
ಒಡಿಶಾ	69.5	893.7	12.9
ಗುಜರಾತ್	40.6	725.4	18.1
ಕರ್ನಾಟಕ	44.1	708.2	16.0

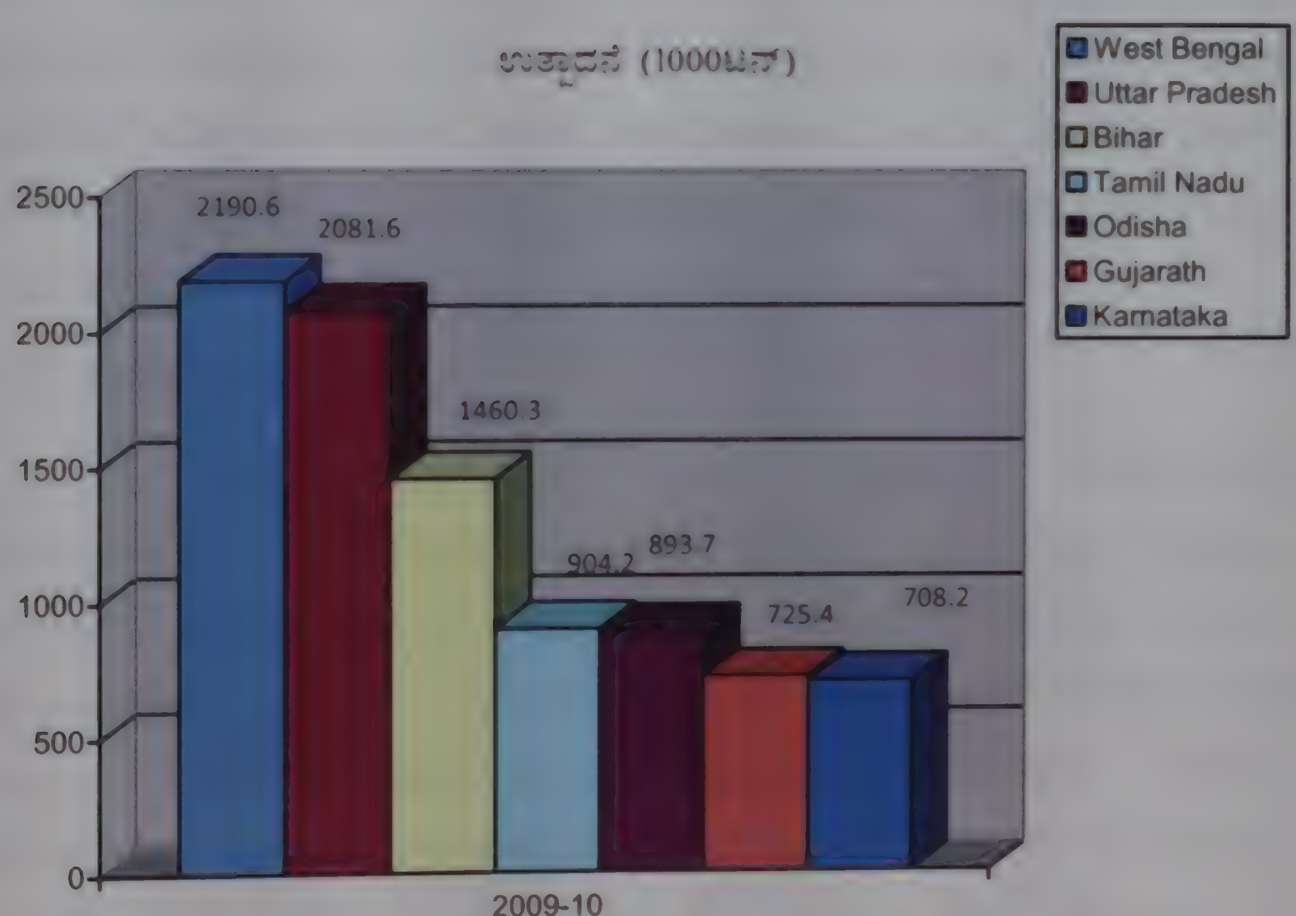
ಮೂಲ : ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ-ಅಂಶ 2009-10

ಸದ್ಯದ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ಬೇರೆ ಬೇರೆ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಬೇರೆ ಬೇರೆಯಾಗಿದೆ. ತಮಿಳುನಾಡು ರಾಜ್ಯವು ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು (32ಟನ್) ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಹೊಂದಿದ್ದರೆ ಗುಜರಾತ್ ಮತ್ತು ಬಿಹಾರ್ ಅನಂತರ ಸ್ಥಾನಗಳಲ್ಲಿವೆ. ಇದು ತರಕಾರಿಯಿಂದ ತರಕಾರಿಗೆ ಬದಲಾಗುವ ಕಾರಣ ಗಂಭೀರವಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕಾಗಿಲ್ಲ. ಆದರೂ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವಲ್ಲಿ ಸರಕಾರಗಳ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಶಗಳ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಅಲ್ಲಗಳೆಯುವಂತಿಲ್ಲ.

ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ(0000 ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)



ಉತ್ಪಾದನೆ (1000ಟನ್)



ರೇಖಾಚಿತ್ರ 3.4
2009–10ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ನಿರತವಾಗಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ರಾಜ್ಯಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ (0000 ಹೆಕ್ಟೇರ್) ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ (0000 ಟನ್)

3.4 ಭಾರತದ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳ ಆರ್ಥಿಕತೆ :

ಪ್ರದೇಶದಿಂದ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ ಬದಲಾಗುವ ಹವಾಮಾನ ಮತ್ತು ಮಣ್ಣಿನ ಗುಣ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹಲವು ತರಕಾರಿಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಸಮುದ್ರ ತೀರದಿಂದ ತೊಡಗಿ ಕಡಿಮೆ ನೀರಾಶ್ರಯವಿರುವ ಗುಡ್ಡೆಗಾಡು ಪ್ರದೇಶಗಳವರೆಗೆ ಸುಮಾರು 70ರೀತಿಯ ವಿವಿಧ ತಳಿಗಳ 270ಕ್ಕಿಂತಲೂ ಅಧಿಕ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.(ಸ್ವಾಮಿನಾಥನ್ ಎಂ.ಎಸ್. 1990).

ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂವಿಸ್ತಾರದಲ್ಲಿ ಆದ ಗಮನಾರ್ಹ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಿತ ತಳಿಗಳು ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. 1933ರಲ್ಲಿ ನಡೆದ ಪ್ರಥಮ ಅಧಿಕ ಇಳುವರಿಯ ಮೆಣಸಿನ ತಳಿಯ ಸಂಶೋಧನೆಯ ನಂತರ ಸಂಶೋಧನ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯಗಳು ನಿರಂತರವಾಗಿ ತಮ್ಮನ್ನು ತಾವು ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ. ಇದುವರೆಗೆ 28 ವಿವಿಧ ತರಕಾರಿಗಳಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು 164 ಅಧಿಕ ಇಳುವರಿಯ ತಳಿಗಳು 42 ಮಿಶ್ರತಳಿಗಳು 4 ಕೃತಕ ತಳಿಗಳು ಹಾಗು 29 ರೋಗ ನಿರೋಧಕ ತಳಿಗಳ ಸಂಶೋಧನೆಗಳು ನಡೆದಿವೆ. (ವರ್ಮುಡಿ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ 2001). ಈ ಎಲ್ಲ ಸುಧಾರಿತ ಮತ್ತು ಶೀಘ್ರ ಇಳುವರಿ ತಳಿಗಳು ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಏರಿಕೆಗೆ ತಮ್ಮ ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ನೀಡಿವೆ. ಸುಧಾರಿತ ಮತ್ತ ಶೀಘ್ರ ಇಳುವರಿ ತಳಿಗಳ ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಸಾಧಿಸಲಾಗಿದ್ದರು, ಅಲ್ಪ ವೆಚ್ಚದ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ, ಬಹುರೋಗ ನಿರೋಧಕ ತಳಿ, ಬೀಜ ತಾಂತ್ರಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ–ಸರಕಾರಿ ಸಹಭಾಗಿತ್ವ, ಆವಿಷ್ಕರಿಸಿದ ತಳಿಗಳ ವ್ಯಾಪಕ ಬಳಕೆ ಮುಂತಾದ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆ ಹೆಜ್ಜೆಹಾಕಬೇಕಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಪೈಕಿ ಕೆಲವೊಂದನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

3.4.1. ಗೆಡ್ಡೆಗೆಣಸು :

ಸುಲಲಿತವಾಗಿ ಪಚನಗೊಳ್ಳುವ ಮತ್ತು ಪೌಷ್ಠಿಕತೆಗಳ ಆಗರವಾಗಿರುವ ಗೆಡ್ಡೆಗೆಣಸುಗಳನ್ನು ಭಾರತದಾದ್ಯಂತ ಬೆಳೆಸುತ್ತಾರೆ, ಬಟಾಟೆ, ಸುವರ್ಣಗೆಡ್ಡೆ, ಸಿಹಿಗೆಣಸು, ಮರಗೆಣಸು, ನೀರುಳ್ಳಿ, ಬೆಳ್ಳುಳ್ಳಿ, ಬೀಟ್ರೂಟ್, ಮುಂತಾದುವುಗಳು ಪ್ರಮುಖ ಬೆಳೆಗಳು. ಗೆಡ್ಡೆಗೆಣಸುಗಳು ಸಣ್ಣ ರೈತರ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತವೆಯಾದರೂ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೋತ್ತರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದು ಖೇದಕರ. ಗೆಡ್ಡೆಗೆಣಸುಗಳಿಗೆ ಸಂಘಟಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಹಲವಾರು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಅನುಭೋಗದಾರನ ಬೆಲೆಯ ಶೇ. 59ರಷ್ಟು ಮಾತ್ರ ಉತ್ಪಾದಕನ ಕೈ ಸೇರುತ್ತಿದ್ದು ಉಳಿದಂತೆ ಶೇ. 19 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಶೇ. 22 ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಪಾಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇನ್ನುಳಿದಂತೆ ಸಾರಿಗೆ ಅಸಮರ್ಪಕತೆ, ದಾಸ್ತಾನು ಮಳಿಗೆಗಳ ಕೊರತೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅವ್ಯವಹಾರಗಳು ಇತರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿವೆ.

3.4.1.1 ಬಟಾಟೆ :

ದಕ್ಷಿಣ ಅಮೇರಿಕ ಮೂಲದ ಈ ತರಕಾರಿ ಭಾರತ ಮಾತ್ರವಲ್ಲ ಜಗತ್ತಿನಾದ್ಯಂತ ಪ್ರಮುಖ ಆಹಾರವಸ್ತುವಾಗಿದೆ. ಕ್ರಿ.ಶ. 1600ರ ಸುಮಾರಿಗೆ ಭಾರತಕ್ಕೆ ಬಂದ ಬಟಾಟೆಯಲ್ಲಿ ಶೇ. 78 ನೀರಿನಂಶ, ಶೇ. 18 ಅನ್ನಾಂಗ ಮತ್ತು ಶೇ. 2 ಸಕ್ಕರೆ ಸೇರಿಕೊಂಡಿದೆ. ಜೀವಧಾತು ಸಿ ಮತ್ತು ಬಿ ಯನ್ನು ಸಮೃದ್ಧಿಯಾಗಿ ಹೊಂದಿರುವ ಬಟಾಟೆ ಒಂದು ಸತ್ವಯುತ ತರಕಾರಿ.

ಬಟಾಟೆ ದಿನಒಂದರಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ 3 ಕಿ.ಗ್ರಾಂ.ನಷ್ಟು ಪ್ರೊಟೀನ್ ಉತ್ಪಾದಿಸಿದರೆ ಗೋಧಿಯು ಪ್ರತಿ ಹಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಪ್ರತಿದಿನಕ್ಕೆ ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಪ್ರೊಟೀನ್‌ನ ಪ್ರಮಾಣ 2.5 ಕಿ.ಗ್ರಾಂ. ಜಾಗತಿಕವಾಗಿ ಚೀನಾದೇಶವು ಬಟಾಟೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಮೊದಲ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. ಆದರೆ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಭಾರತವು ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಒಂದಕ್ಕೆ ಅಧಿಕ ಬಟಾಟೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. ಒಟ್ಟು 18.62 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯು 358 ಲಕ್ಷ ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಟನ್‌ಗಳಾಗಿವೆ. ಭಾರತದ ಎಲ್ಲ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಬಟಾಟೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾಗುತ್ತಿದ್ದು ಬಳಕೆಯೂ ಆಗುತ್ತಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.10

ದೇಶದಲ್ಲಿ ಬಟಾಟೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ

ವರ್ಷ	ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ (000 ಹೆಕ್ಟೇರ್)	ಉತ್ಪಾದನೆ ಪ್ರಮಾಣ (000 ಮೆ.ಟನ್)	ಉತ್ಪಾದಕತೆ
2005–06	1626.1	30005.9	18.4
2006–07	1742.8	28599.5	16.4
2007–08	1795.0	34658.3	19.3
2008–09	1828.3	34390.9	18.8
2009–10	1862.5	35888.7	19.2

ಮೂಲ: ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2005–06 ರಿಂದ 2009–10

2005–06 ರಿಂದ 2009–10 ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಿ ಬಟಾಟೆಯು ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ದಾಖಲಿಸಿದೆ. ದೇಶದಾದ್ಯಂತ ಬಟಾಟೆಯನ್ನು ಬಹುಜನರು ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಿರುವ ಕಾರಣ ವರ್ಷವಿಡೀ ಈ ತರಕಾರಿಗೆ ಬೇಡಿಕೆ ಇದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ದೇಶದಾದ್ಯಂತ ಇದನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದ್ದರೂ ಉತ್ತರ ಭಾರತದ ರಾಜ್ಯಗಳು ಬಟಾಟೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಮುಂಚೂಣಿ ಸ್ಥಾನಗಳಲ್ಲಿವೆ. ಸರ್ವ ಋತುಗಳಲ್ಲೂ ಬಟಾಟೆಯು ದೇಶದಾದ್ಯಂತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಈ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿಯೇ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ 16 ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ನಿಂದ 18.6 ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ಗೂ, 18.4 ಟನ್‌ನಿಂದ 19.2 ಟನ್‌ಗೆ ಏರಿಕೆ ಉಂಟಾಗಿದೆ.

ದೇಶದ ಎಲ್ಲಾ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಸರ್ವಸಾಧಾರಣವಾಗಿ ಬಟಾಟೆ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದ್ದರೂ ಉತ್ತರದ ರಾಜ್ಯಗಳು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಸಿಂಹಪಾಲನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ಉತ್ತರದ ಪ್ರದೇಶ, ಬಿಹಾರ ಮತ್ತು ಪ.ಬಂಗಾಲಗಳು ಪ್ರಮುಖ ಉತ್ಪಾದನಾ ರಾಜ್ಯಗಳಾಗಿವೆ. ಉತ್ತರ ಪ್ರದೇಶದ ಫಾರುಕಾಬಾದ್ ಮತ್ತು ಕನೋಜ, ಮತ್ತು ಪಶ್ಚಿಮ ಬಂಗಾಲದ ಹೌರಾ ಮತ್ತು ಹೂಗ್ಲಿ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಬಟಾಟೆ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಹೆಸರುವಾಸಿಯಾಗಿವೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.11

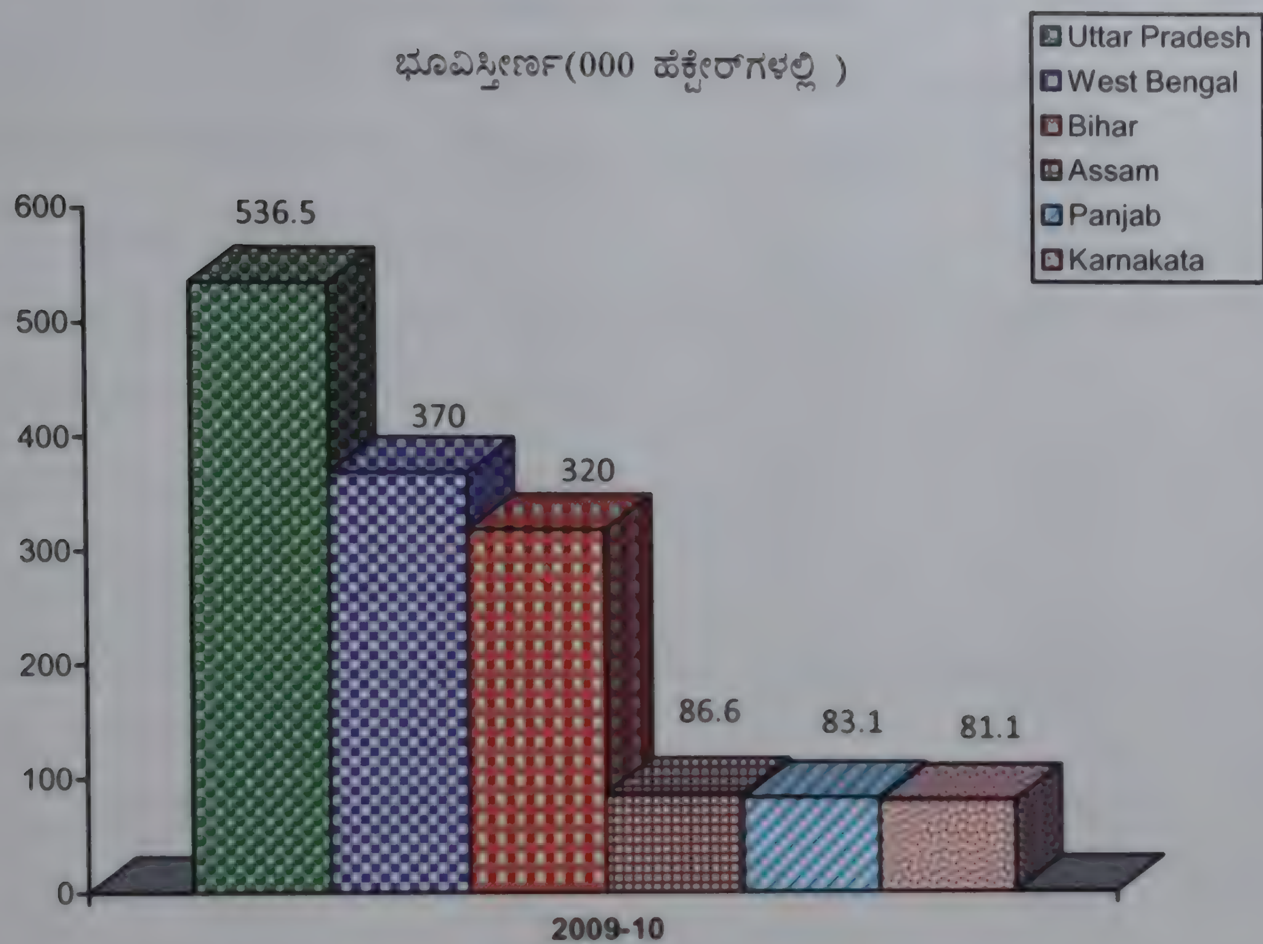
ಬಟಾಟೆ ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಪ್ರಮುಖ ರಾಜ್ಯಗಳು, ಅವುಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ (000ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳು), **ಉತ್ಪಾದನೆ** (000ಮೆ.ಟನ್‌ಗಳು)

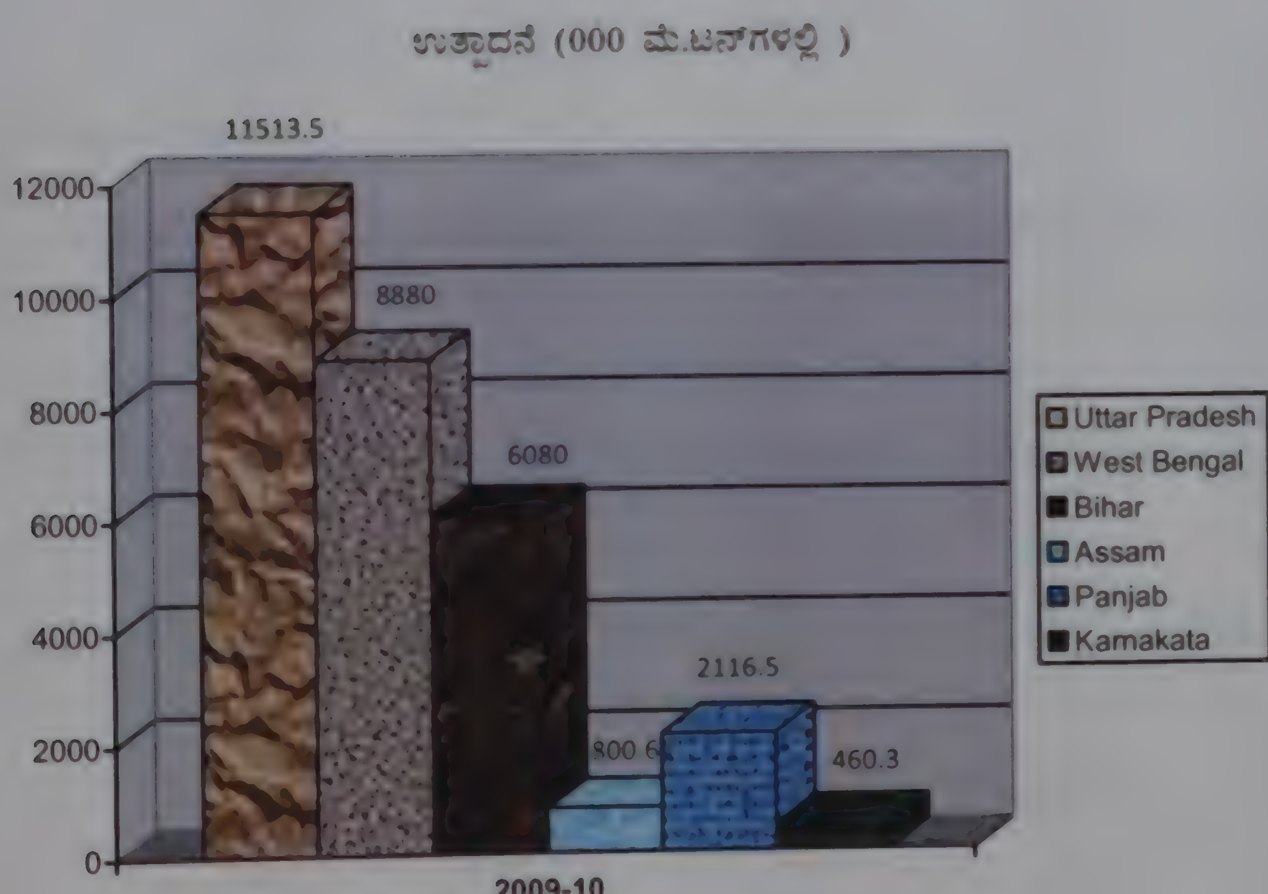
ಕ್ರ ಸಂ.	ರಾಜ್ಯ	2006–07		2007–08		2008–09		2009–10	
		ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ
1	ಉ.ಪ್ರದೇಶ	478.1	10537.5	504.9	11094.9	527.3	10809.9	536.5	11513.5
2	ಪ.ಬಂಗಾಲ	409.9	5052.0	400.8	9900.8	400.8	9900.8	370.0	8880.0
3	ಬಿಹಾರ್	322.8	5741.3	315.5	6019.7	310.3	5033.6	320.0	6080.0
4	ಅಸ್ಸಾಂ	77.7	504.6	79.3	514.6	79.7	669.2	86.6	800.6
5	ಪಂಜಾಬ	77.1	1313.4	79.0	1477.3	81.1	2001.1	83.1	2116.5
6	ಕರ್ನಾಟಕ	65.5	682.1	67.9	572.4	71.6	606.3	81.1	460.3
	ಭಾರತ	1742.8	28599.5	1795.0	34658.3	1828.3	34390.9	1862.5	35888.7

ಮೂಲ : ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2006–07 ರಿಂದ 2009–10

ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶದಂತೆ ಉತ್ತರ ಭಾರತದ ರಾಜ್ಯಗಳು ಬಟಾಟೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಮುಂಚೂಣಿಯಲ್ಲಿವೆ. ಕರ್ನಾಟಕವು ಆರನೆಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದು ರಾಜ್ಯದ ಚಿಕ್ಕಮಗಳೂರು, ಬೆಳಗಾಂ, ಹಾಸನ, ಧಾರಾವಾಢ ಮತ್ತು ಕೋಲಾರ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಾರೆ.

ಬಟಾಟೆ ದಾಸ್ತಾನು : ಬಟಾಟೆ ಬೆಳೆಯು ದಾಸ್ತಾನು ಕೊರತೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದೆ. ದೇಶದ ಬಹುತೇಕ ಉತ್ಪನ್ನವು ಪೆಬ್ರವರಿ ಮಾರ್ಚ್ ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಕಟಾವಿಗೆ ಬರುವ ಕಾರಣ ಸೂಕ್ತ ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ. ಸರಕಾರಿ, ಸಹಕಾರಿ ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿರುವ ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳು ಸದ್ಯದ ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕೆ ಸಾಕಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ರೈತರು ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲೇ ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ. ಖಾಸಗಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿರುವ ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹವನ್ನು ನೀಡುವುದು ಅಗತ್ಯ.





ರೇಖಾಚಿತ್ರ 3.5

2009–10ರಲ್ಲಿ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಬಟಾಟೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಕೊಂಡಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ರಾಜ್ಯಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ

ಬಟಾಟೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅನುಭವಿಸುವ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೆಂದರೆ, ಸಾರಿಗೆ ಕೊರತೆ , ವರ್ಗೀಕರಣದ ಅಭಾವ, ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆ, ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಹಾವಳಿ, ಅತಿಯಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅವ್ಯವಹಾರಗಳಾಗಿವೆ.

ದೇಶವು ಅಲ್ಪಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಬಟಾಟೆಯನ್ನು ನೆರೆರಾಷ್ಟ್ರಗಳಾದ ನೇಪಾಲ, ಶ್ರೀಲಂಕಾ, ಮಾರಿಷಸ್ ಮುಂತಾದ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಿಗೆ ರಫ್ತು ಮಾಡುತ್ತಿದೆ. ಅಧಿಕ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಗುಣ ಮಟ್ಟದ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ರಫ್ತು ಪ್ರಮಾಣವು ನಗಣ್ಯವಾಗಿದೆ.

ಬಟಾಟೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಎದುರಿಸುವ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೆಂದರೆ.

1. ಗುಣಮಟ್ಟದ ಬೀಜದ ಕೊರತೆ.
2. ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೋತ್ತರ ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಸೂಕ್ತ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಕೊರತೆ.
3. ನೀರಾವರಿ ಸಮಸ್ಯೆ
4. ಉತ್ಪಾದನಾ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೀವ್ರ ಏರಿಳಿತ.
5. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾದ ಸಾರಿಗೆ-ಸಂಪರ್ಕದ ಅಭಾವ, ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆ ಇತ್ಯಾದಿ.
6. ಸಂಸ್ಕರಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಕೊರತೆ.
7. ದುಬಾರಿ ಬೀಜ ಮತ್ತು ಇತರ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳಿಂದಾಗಿ ದುಬಾರಿ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚ.

3.4.1.2. ಸಿಹಿಗೆಣಸು :

ಅಮೇರಿಕ ಮೂಲದ ಸಿಹಿಗೆಣಸು ಇಂದು ವಿಶ್ವವ್ಯಾಪಿಯಾಗಿದೆ. ತೀವ್ರಬರಗಾಲವನ್ನು ಎದುರಿಸುವ ಸಾಮಾರ್ಥ್ಯವಿರುವ ಸಿಹಿಗೆಣಸು ಪುಷ್ಠಿದಾಯಕ ತರಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಚೀನಾದೇಶವು ಸಿಹಿಗೆಣಸಿನ ಪ್ರಧಾನ ಉತ್ಪಾದಕ ದೇಶವಾಗಿದ್ದು ಉಗಾಂಡ, ಇಂಡೋನೇಶಿಯಾ, ವಿಯಟ್ನಾಂ ಮತ್ತು ಭಾರತ ಇತರ ಉತ್ಪಾದಕ ದೇಶಗಳಾಗಿವೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.12

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸಿಹಿಗೆಣಸು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ

ವರ್ಷ	ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ (000 ಹೆಕ್ಟೇರ್)	ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರಮಾಣ (000 ಮೆ.ಟನ್)	ಉತ್ಪಾದಕತೆ
2005-06	120.8	1037.6	8.6
2006-07	122.7	1067.1	8.7
2007-08	122.6	1094.3	8.9
2008-09	124.3	1119.7	9
2009-10	130.8	1170.1	9

ಮೂಲ: ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ-ಅಂಶ 2005-06 ರಿಂದ 2009-10

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಒಡಿಶಾ, ಉತ್ತರಪ್ರದೇಶ, ಪ. ಬಂಗಾಲ, ಅಸ್ಸಾಂ, ಮಧ್ಯಪ್ರದೇಶ ಮತ್ತು ಮೇಘಾಲಯಗಳು ಸಿಹಿಗೆಣಸು ಬೆಳೆಯುವ ರಾಜ್ಯಗಳಾಗಿವೆ. ಒಡಿಶಾ ರಾಜ್ಯದ ಕೊರಮುತ್, ಸುಂದರ್‌ಗಢ್, ಸಂಬಾಲ್‌ಪುರ, ಕಲಹಂದಿ ಮತ್ತು ಉತ್ತರ ಪ್ರದೇಶದ ಬದಾನ್, ಪಾರುಕಾಬಾದ್ ಮತ್ತು ಸುಲ್ತಾನ್‌ಪುರ್ ಸಿಹಿಗೆಣಸು ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರದೇಶಗಳಾಗಿವೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.13

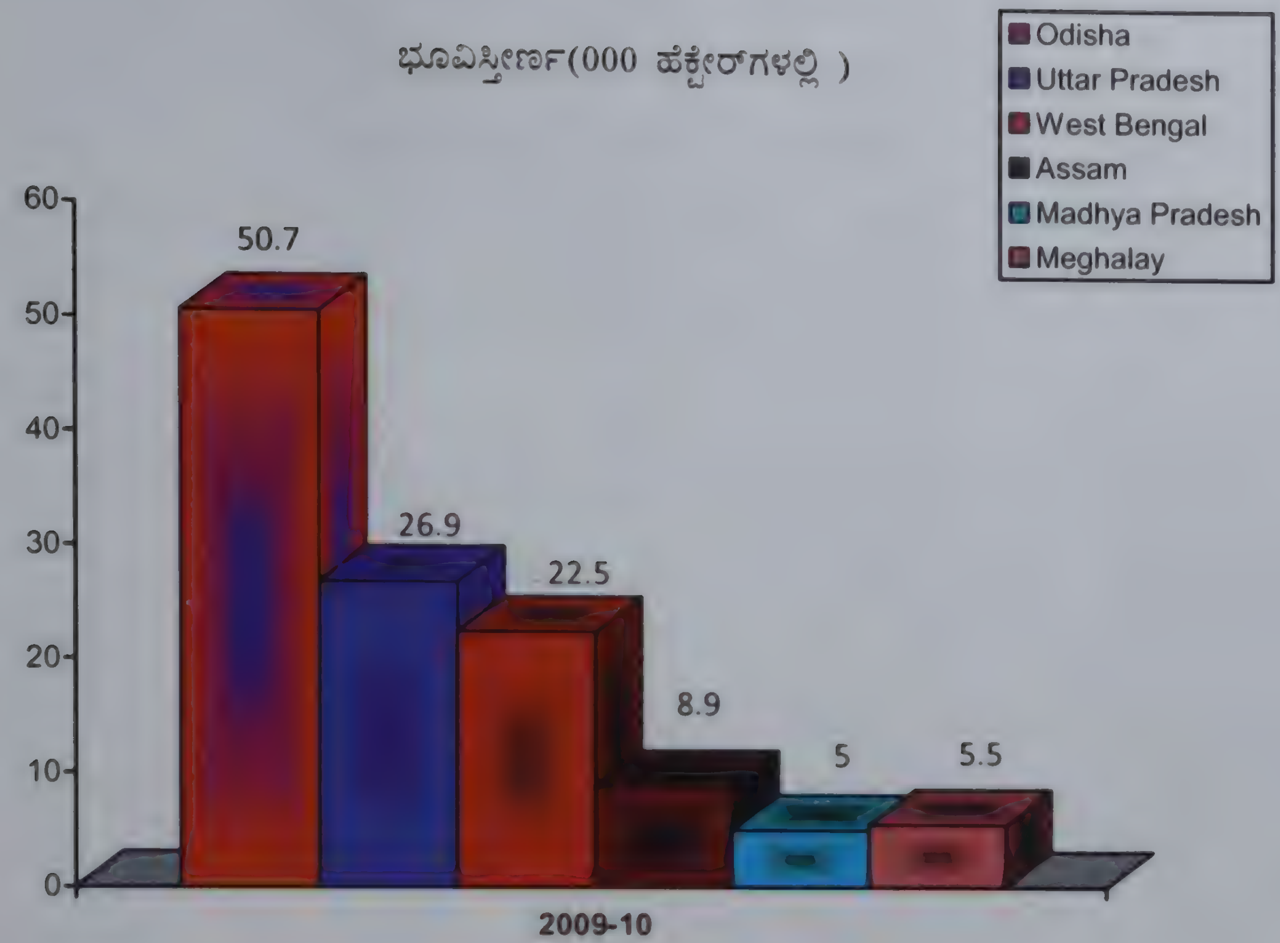
ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸಿಹಿಗೆಣಸು ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರಮುಖ ರಾಜ್ಯಗಳು, ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ (000ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳು,) **ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ** (000ಮೆ.ಟನ್‌ಗಳು)

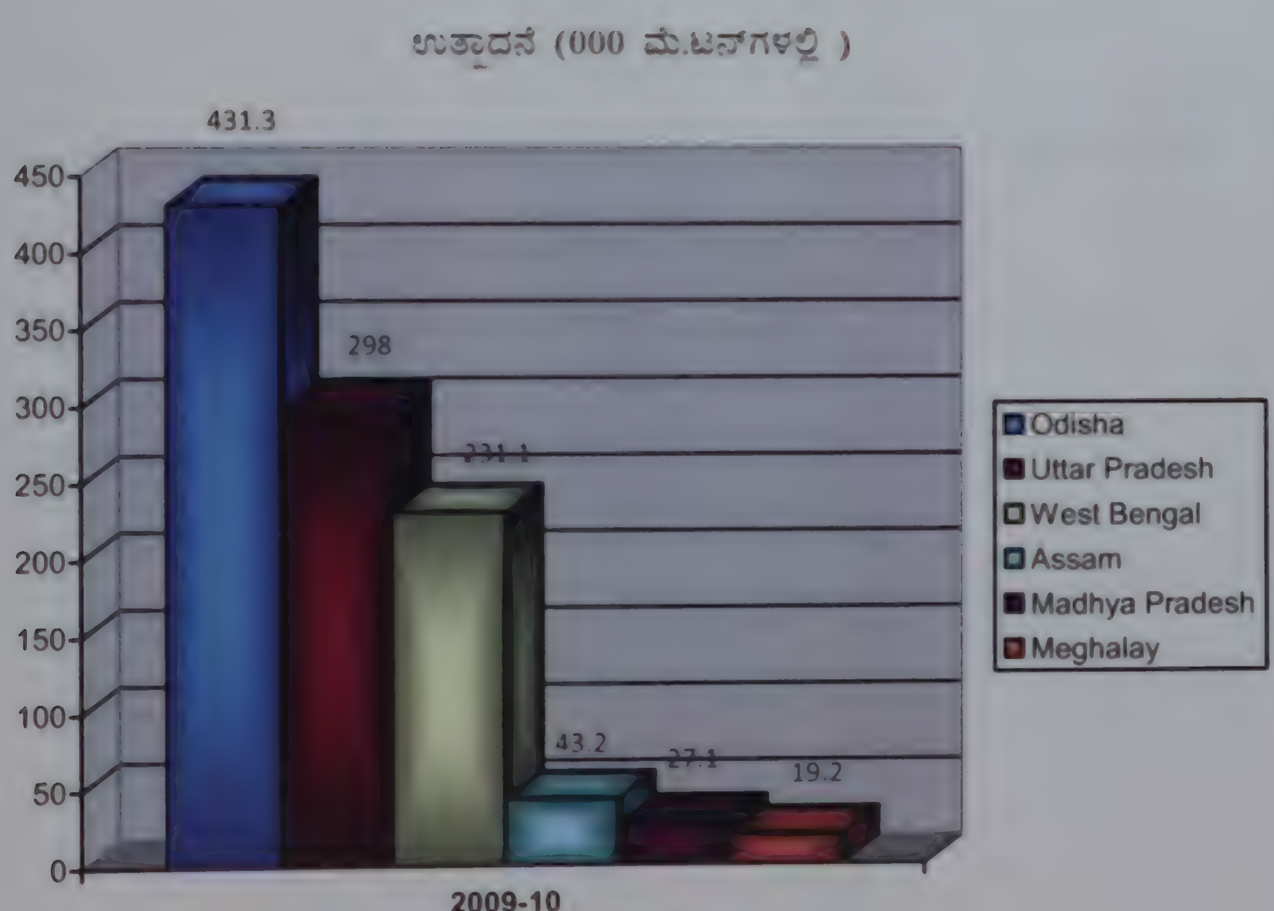
ಕ್ರ ಸಂ.	ರಾಜ್ಯ	2006–07		2007–08		2008–09		2009–10	
		ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ
1	ಒಡಿಶಾ	47.2	403.8	47.2	404.1	49.2	417.0	50.7	431.3
2	ಉ.ಪ್ರದೇಶ	20.3	233.7	22.3	259.9	22.7	273.0	26.9	298.0
3	ಪ.ಬಂಗಾಲ	25.8	208.0	23.3	235.9	22.5	231.1	22.5	231.1
4	ಅಸ್ಸಾಂ	8.1	28.4	8.3	29.0	8.7	31.5	8.9	43.2
5	ಮದ್ಯಪ್ರದೇಶ	4.1	23.0	4.2	23.3	4.6	25.7	5.0	27.1
6	ಮೇಘಾಲಯ	5.3	19.0	5.4	19.5	5.5	19.2	5.5	19.2
	ಭಾರತ	122.7	1067.1	122.6	1094.3	124.3	1119.7	130.8	1170.1

ಮೂಲ: ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ-ಅಂಶ 2006–07 ರಿಂದ 2009–10

ಲಭ್ಯವಿರುವ ಅಂಕಿ-ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಸಿಹಿಗೆಣಸಿನ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣದಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಏರಿಕೆ ಕಂಡು ಬಂದಿಲ್ಲ. ಯಾಕೆಂದರೆ ಯಾವತ್ತೂ ಸಿಹಿಗೆಣಸು ಪ್ರಧಾನ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಟ್ಟಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಬೆಳೆಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಅಂತರ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಡುತ್ತಿದೆ. ಭತ್ತ ಅಥವಾ ಗೋಧಿ ಬೆಳೆಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಮಣ್ಣಿನ ಫಲವತ್ತತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಂಡು ಬರುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಸಿಹಿಗೆಣಸನ್ನು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಾರೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಸ್ಯೆ – ಸಿಹಿಗೆಣಸು ತರಕಾರಿಗೆ ಸಂಘಟಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕೊರತೆ ಇದೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ರೈತರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರಿಗೇ ಮಾರುತ್ತಾರೆ. ಇಲ್ಲವೇ ಸಮೀಪದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಅಥವಾ ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ ವಿಕ್ರಯಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಹಲವು ರೀತಿಯ ಶೋಷಣೆಗೆ ಒಳಗಾಗುತ್ತಾರೆ.





ರೇಖಾಚಿತ್ರ 3.6
2009–10ರಲ್ಲಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸಿಹಿಗೆಣಸು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ರಾಜ್ಯಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ

ಇನ್ನುಳಿದಂತೆ ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಅಭಾವ, ಸಾರಿಗೆ–ಸಂಪರ್ಕದ ಅಸಮರ್ಪಕತೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅವ್ಯವಹಾರ, ಅಧಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ ಮುಂತಾದುವು ಇತರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿವೆ. ಉತ್ಪಾದಕರ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೆಂದರೆ, ತೀವ್ರವಾಗಿ ಏರಿಳಿಯುವ ಇಳುವರಿ ಮತ್ತು ಬೆಲೆ, ಅಧಿಕ ಇಳುವರಿ ಮತ್ತು ಶೀಘ್ರ ಇಳುವರಿ ತಳಿಯ ಅಭಾವ, ಮಾಹಿತಿ ಕೊರತೆ, ಸಂಸ್ಕರಣೆಯ ಅಭಾವ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವೈವಿಧ್ಯತೆಯ ಕೊರತೆಯಾಗಿದೆ.

3.4.1.3. ನೀರುಳ್ಳಿ :

ಸುಮಾರು 4000 ವರ್ಷಗಳಷ್ಟು ಪ್ರಾಚೀನ ಇತಿಹಾಸವುಳ್ಳ ನೀರುಳ್ಳಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕ್ರಿಪೂ 600ರಿಂದಲೇ ಉಪಯೋಗದಲ್ಲಿದೆ. ತೇವಾಂಶ ಭರಿತ ಮರಳು ಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ ಸುಲಭವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುವ ನೀರುಳ್ಳಿ ಭಾರತದ ಎರಡನೇ ಅತೀ ಮುಖ್ಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯಾಗಿದೆ. ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಚೀನಾ ದೇಶವು ನೀರುಳ್ಳಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಥಮ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರೆ ಭಾರತ, ಅಮೇರಿಕಾ, ಟರ್ಕಿ ಮತ್ತು ಜಪಾನ್ ದೇಶಗಳು ಅನಂತರದ ಸ್ಥಾನಗಳಲ್ಲಿವೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ನೀರುಳ್ಳಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ತೀವ್ರ ಏರಿಳಿಕೆಯನ್ನು ಅನುಭವಿಸಿದೆ. ಹವಮಾನ ವೈಪರೀತ್ಯ, ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಏರಿಳಿಕೆ ಮತ್ತು ಯೋಗ್ಯ ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆಯೇ ಇದಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.14

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ನೀರುಳ್ಳಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ನಿರತವಾದ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ

ವರ್ಷ	ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ (000 ಹೆಕ್ಟೇರ್)	ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರಮಾಣ (000 ಮೆ.ಟನ್)	ಉತ್ಪಾದಕತೆ
2005–06	707.4	11010.9	15.5
2006–07	767.9	10847.4	14.1
2007–08	821.0	13900.4	16.9
2008–09	834.2	13564.5	16.2
2009–10	755.7	12167.2	16.1

ಮೂಲ: ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2005–06 ರಿಂದ 2009–10

ಕಳೆದ ಐದು ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಭೂವಿಸ್ತಾರ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಏರಿಳಿಕೆ ಉಂಟಾಗಿಲ್ಲ. ಆಂತರಿಕವಾಗಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರ ರಾಜ್ಯವು ನೀರುಳ್ಳಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಥಮ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದರೆ ಕರ್ನಾಟಕ, ಬಿಹಾರ, ರಾಜಸ್ಥಾನ ಮತ್ತು ಗುಜರಾತ್ ರಾಜ್ಯಗಳು ಅನಂತರದ ಸ್ಥಾನಗಳಲ್ಲಿವೆ.

ನೀರುಳ್ಳಿಯು ದೇಶದ ಎರಡನೆಯ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಯಾಗಿದ್ದು ದೇಶದಾದ್ಯಂತ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆ ಇದೆ. ನೀರುಳ್ಳಿ ಬೆಳೆಯ ಪ್ರಗತಿಯಲ್ಲಿ ದೇಶದ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಪಾತ್ರ ಮಹತ್ವದ್ದಾಗಿದೆ. ದೇಶದಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ನೀರುಳ್ಳಿ ಬೆಳೆಯುವ ರಾಜ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಇತರ ವಿವರ ಈ ಕೆಳಗಿನಂತಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.15

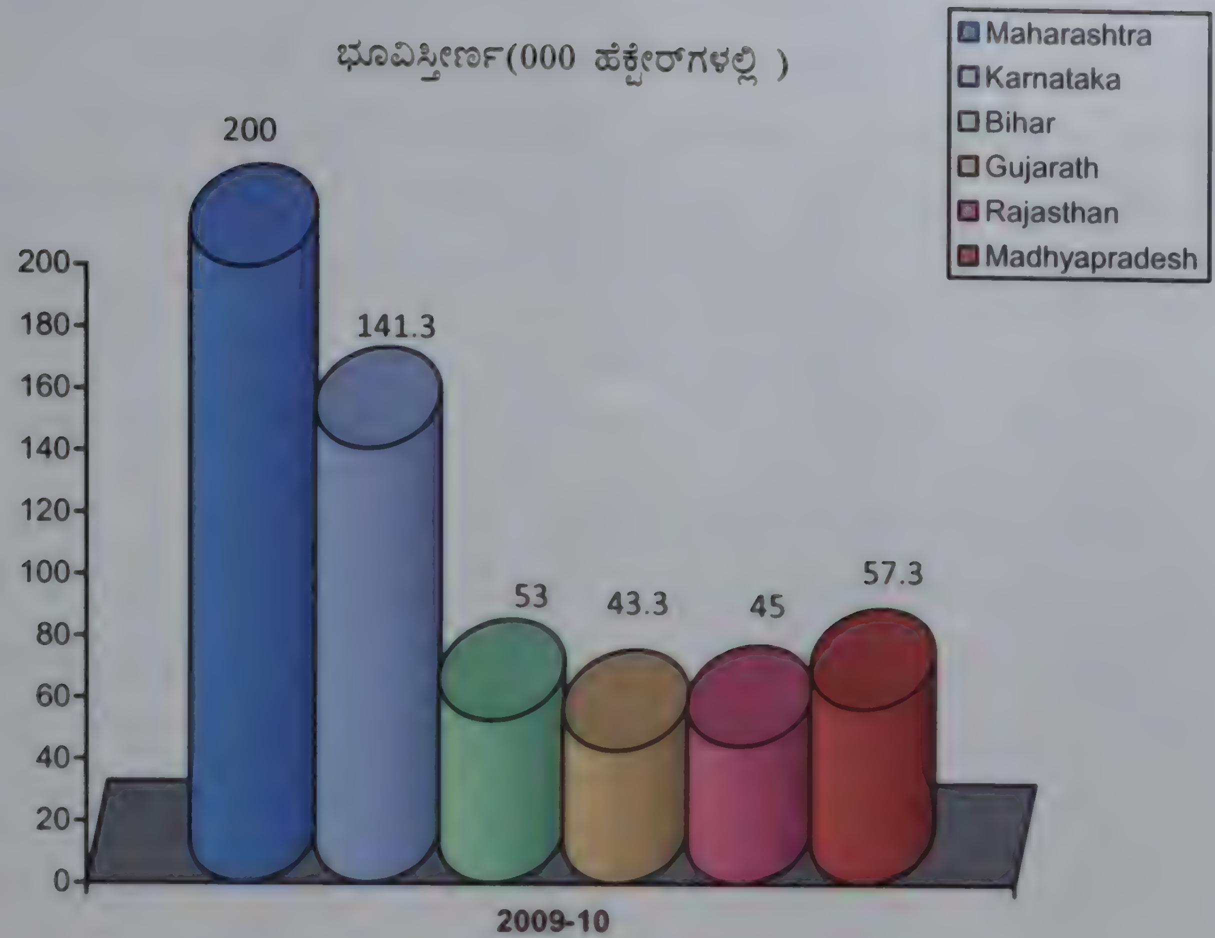
ಭಾರತದಲ್ಲಿ ನೀರುಳ್ಳಿ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರಮುಖ ರಾಜ್ಯಗಳು, ಭೂವಿಸ್ತೀಣ (000ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳು.) ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ (000ಮೆ.ಟನ್‌ಗಳು)

ಕ್ರ. ಸಂ.	ರಾಜ್ಯ	2006–07		2007–08		2008–09		2009–10	
		ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ
1	ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರ	242.4	3812.4	254.5	4003.1	250.0	3932.5	200.0	3146.0
2	ಕರ್ನಾಟಕ	152.3	1184.9	157.3	2887.4	165.1	3031.8	141.3	2266.2
3	ಬಿಹಾರ	50.5	962.7	51.3	1019.6	51.6	946.6	53.0	972.0
4	ಗುಜರಾತ್	52.1	1242.3	84.3	2238.3	57.6	1409.6	43.4	1078.6
5	ರಾಜಸ್ಥಾನ	41.3	397.4	42.7	391.6	41.0	369.1	45.0	742.5
6	ಮಧ್ಯಪ್ರದೇಶ	37.9	630.0	39.0	648.6	53.0	881.8	57.3	952.3
7	ಭಾರತ	767.9	10847.4	821.0	13900.4	834.2	13564.5	755.5	12167.2

ಮೂಲ: ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ2006–07 ರಿಂದ 2009–10

ನೀರುಳ್ಳಿ ತರಕಾರಿಯು ಹಲವು ವಿದಧ ಸುಧಾರಿತ ತಳಿಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಉತ್ಪಾದನಾ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಾದ ಪ್ರಗತಿಯು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಆಗಿಲ್ಲ. ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಯೋಗ್ಯ ಬೆಲೆ, ಬೆಲೆಯ ಸ್ಥಿರತೆ, ಸೂಕ್ತ ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಮುಂತಾದುವುಗಳು ತುರ್ತು ಅಗತ್ಯಗಳಾಗಿವೆ. ಬೆಳೆಗಾರರ ಹಿತ ಕಾಪಾಡಲು ಮತ್ತು ಹತಾಶ ಮಾರಾಟವನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟಲು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕೃಷಿ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಂಡಳಿಯು (ಎನ್.ಎ.ಎಫ್.ಇ.ಡಿ.) ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಧ್ಯಪ್ರವೇಶ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಕೈಗೊಂಡಿದೆ. ಆ ಪ್ರಕಾರ ರೈತರನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಲು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಂಡಳಿಯು ನೀರುಳ್ಳಿ ಖರೀದಿಸುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ಆಗುವ ಲಾಭ–ನಷ್ಟಗಳನ್ನು ಕೇಂದ್ರ ಸರಕಾರ ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ರಾಜ್ಯ ಸರಕಾರಗಳು ಸಮಾನವಾಗಿ ಭರಿಸುತ್ತವೆ.

ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ರಫ್ತು ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ನೀರುಳ್ಳಿಗೆ ಸಿಂಹಪಾಲು ಇದೆ. ಇದು ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿಗಳ ಶೇ. 80ರಷ್ಟು ಆಗಿದ್ದು ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ವಿದೇಶೀ ವಿನಿಮಯವನ್ನು ಗಳಿಸುತ್ತಿದೆ.





ರೇಖಾಚಿತ್ರ 3.7
ಭಾರತದಲ್ಲಿ ನೀರುಳ್ಳಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂಪ್ರದೇಶಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ ಪ್ರಮುಖ ರಾಜ್ಯಗಳ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ

ನೀರುಳ್ಳಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೆಂದರೆ – ಕಡಿಮೆ ಉತ್ಪಾದಕತೆ – ಭಾರತದಲ್ಲಿ ನೀರುಳ್ಳಿ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು (13 ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್). ಇದು ಚೀನಾ ದೇಶದ ಉತ್ಪಾದಕತೆಗಿಂತ (24 ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್) ಸುಮಾರು ಅರ್ಧದಷ್ಟು. ಅಸಮರ್ಪಕ ನೀರಾವರಿ, ಸಸ್ಯರೋಗಗಳು, ಹವಾಮಾನ ವೈಪರೀತ್ಯಗಳನ್ನು ತಾಳಿಕೊಳ್ಳುವ ತಳಿಗಳ ಕೊರತೆ, ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಹಾವಳಿ, ಸಂಗ್ರಾಹಾಗಾರ ಕೊರತೆ, ಸಂಸ್ಕರಣೆಯ ಅಲಭ್ಯತೆ ಮತ್ತು ರಪ್ತು ವೈವಿದ್ಯತೆಯ ಅಭಾವಗಳಾಗಿವೆ.

3.4.2 ಹಣ್ಣು ತರಕಾರಿಗಳು.

ಹಣ್ಣು ತರಕಾರಿಗಳು ವಿಶೇಷ ಪೌಷ್ಟಿಕತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು ಔಷಧೀಯ ಗುಣಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ಭಾರತದಾದ್ಯಂತ ಇವುಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ ಮತ್ತು ಉಪಯೋಗಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಭಾರತವು ಹಣ್ಣು ತರಕಾರಿಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಅಗ್ರಸ್ಥಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಬದನೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ದ್ವಿತೀಯ ಸ್ಥಾನವನ್ನೂ ಟೊಮೆಟೋ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ 5ನೇಯ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.

3.4.2.1. ಬದನೆ :

ಭಾರತ ಮೂಲದ ಬದನೆಯು ಇಂದು ವಿಶ್ವವ್ಯಾಪಿಯಾಗಿದೆ. ಜಗತ್ತಿನ ಉಷ್ಣವಲಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಬೆಳೆಯುವ ಈ ತರಕಾರಿಗೆ ವಿಶ್ವದೆಲ್ಲೆಡೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಇದೆ. ಬದನೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಚೀನಾ ದೇಶವು ಮೊದಲಸ್ಥಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರೆ, ಭಾರತವು ದ್ವಿತೀಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. ಬದನೆಯು ಔಷಧೀಯ ಗುಣವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಪ್ರತಿ 100ಗ್ರಾಂನಲ್ಲಿ 92 ಗ್ರಾಂ ತೇವಾಂಶ, 1.4 ಗ್ರಾಂ ಪ್ರೊಟೀನ್, 4 ಗ್ರಾಂ ಲವಣಾಂಶ ಮತ್ತು ಉಳಿದಂತೆ ಕೊಬ್ಬು ಮತ್ತು ಖನಿಜಾಂಶಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಬದನೆಯು ಪಿತ್ತಕೋಶ ಸಂಬಂಧಿ ಕಾಯಿಲೆಗಳಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ಔಷಧಿಯಾಗಿದೆ.

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಬದನೆಯು ಒಂದು ಪ್ರಧಾನ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಕ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯಾಗಿದೆ. ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯ ಶೇ. 8ರಷ್ಟು ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬದನೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ಶೇ. 8.5 ರಷ್ಟಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.16

ಬದನೆ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಭೂಪ್ರದೇಶ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ

ವರ್ಷ	ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ(000 ಹೆಕ್ಟೇರ್)	ಉತ್ಪಾದನೆ(000 ಮೆ.ಟನ್)	ಉತ್ಪಾದಕತೆ
2005–06	559.2	9366.2	16.7
2006–07	568.2	9453.1	16.6
2007–08	561.4	9677.7	17.2
2008–09	600.3	10377.6	17.2
2009–10	580.1	10069.8	17.3

ಮೂಲ: ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2005–06 ರಿಂದ 2009–10

ಭಾರತದಲ್ಲಿ 5.8 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಬದನೆ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು ಪಶ್ಚಿಮ ಬಂಗಾಲ ರಾಜ್ಯವು ಮೊದಲ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಒಡಿಶಾ ರಾಜ್ಯವು ದ್ವಿತೀಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲೂ ಇದೆ. ಬದನೆ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ಹಲವು ಸುಧಾರಿತ ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಇಳುವರಿ ತಳಿಗಳು ಉಪಯೋಗದಲ್ಲಿದ್ದು ಹಲವು ಕೃಷಿ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಹಲವು ತಳಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಹವಾಮಾನ ಮತ್ತು ಮಣ್ಣಿನ ಫಲವತ್ತತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ವಿವಿಧ ತಳಿಗಳು ಉಪಯೋಗದಲ್ಲಿವೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.17

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಬದನೆ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರಮುಖ ರಾಜ್ಯಗಳು, ಅವುಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ

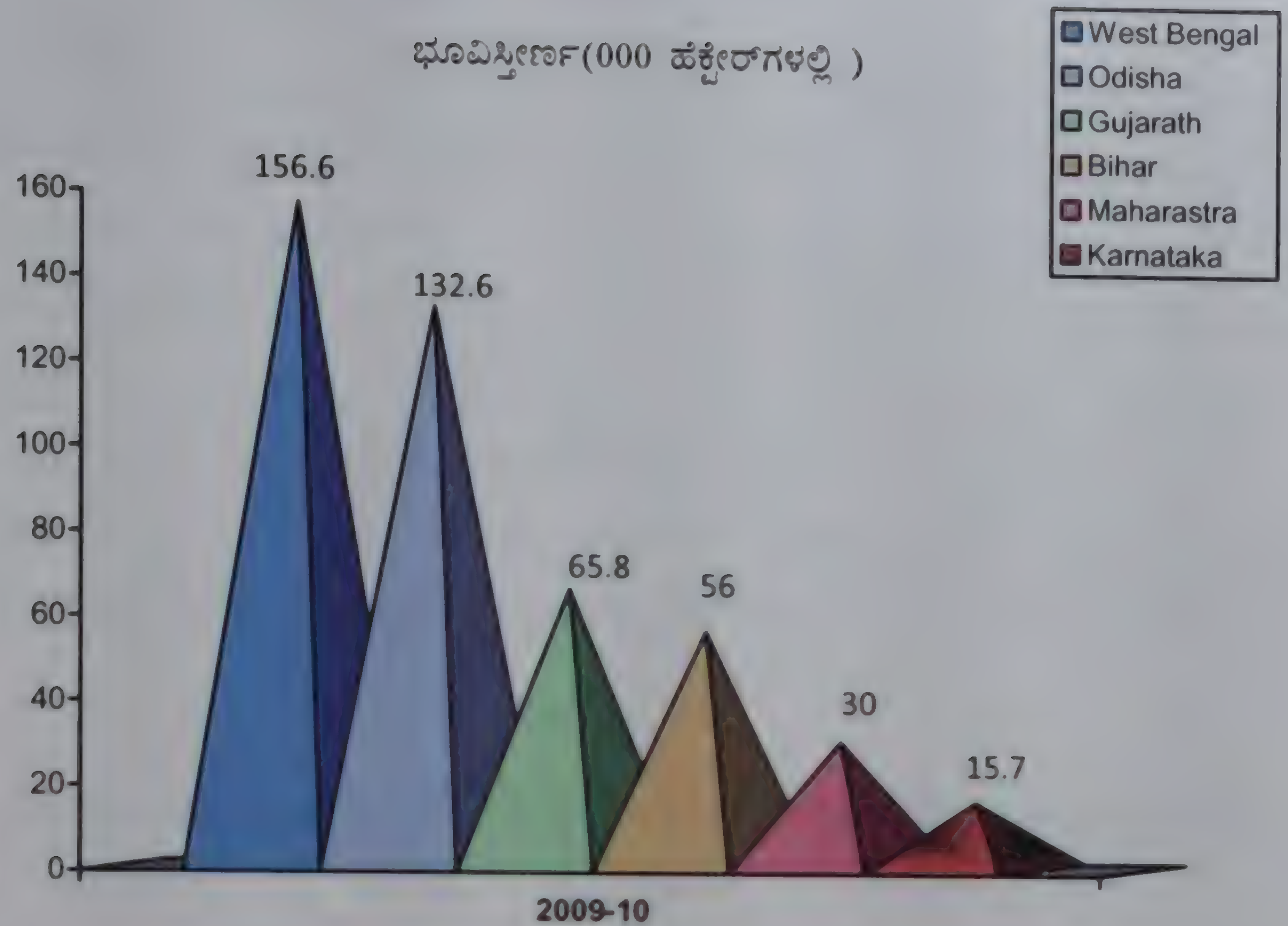
(000ಹೆಕ್ಟೇರಗಳು.) ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ (000ಮೆ.ಟನ್‌ಗಳು)

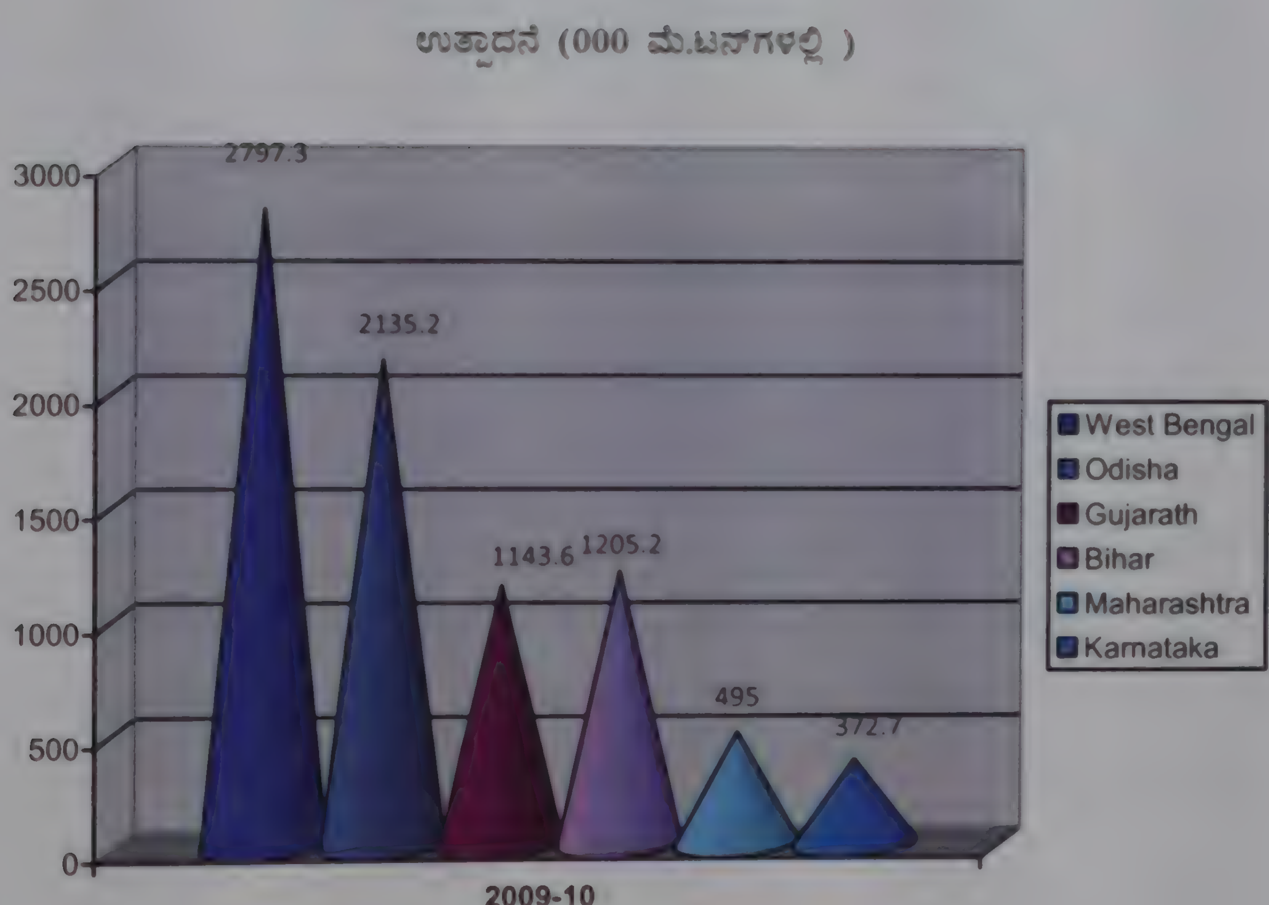
ಕ್ರ ಸಂ.	ರಾಜ್ಯ	2006–07		2007–08		2008–09		2009–10	
		ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ
1	ಪ.ಬಂಗಾಲ	152.5	2698.6	153.9	2734.9	155.3	2758.6	156.6	2797.3
2	ಒಡಿಶಾ	129.0	1913.8	129.0	1913.8	130.0	1965.2	132.6	2135.2
3	ಗುಜರಾತ್	57.8	933.8	55.8	987.7	62.6	1046.3	65.8	1143.6
4	ಬಿಹಾರ್	54.1	1120.6	54.6	1158.2	55.1	1186.1	56.0	1205.2
5	ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರ	28.0	456.4	29.4	479.2	28.9	471.1	30.0	495.0
6	ಕರ್ನಾಟಕ	19.2	467.9	14.9	362.0	15.3	372.9	15.7	372.7
7	ಭಾರತ	568.2	9453.1	561.4	9677.7	600.3	10377.6	580.1	10069.8

ಮೂಲ: ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2006–07 ರಿಂದ 2009–10

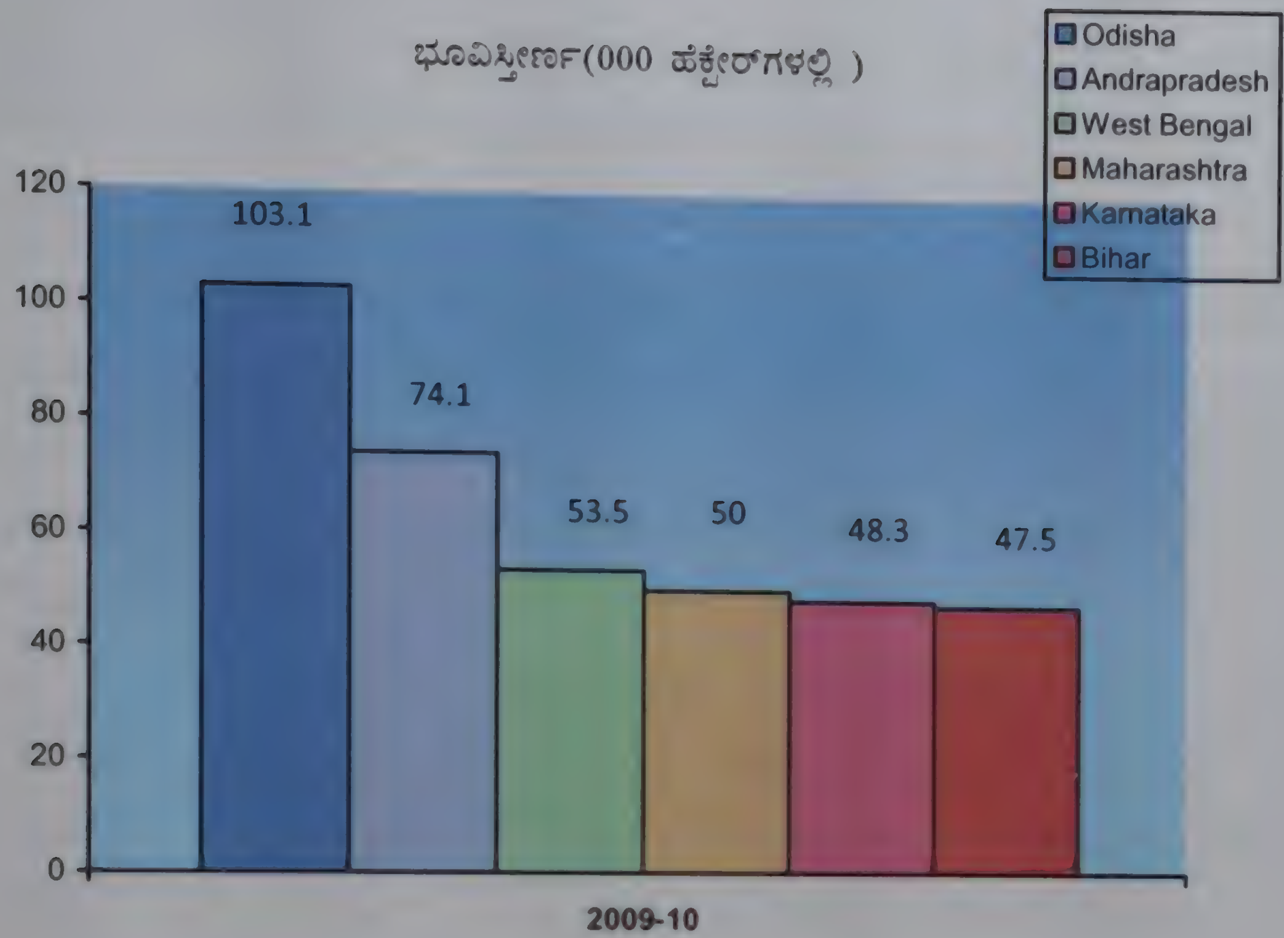
ಬದನೆ ಬೆಳೆಯು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಹರಡುತ್ತಿದ್ದು ಜಾರ್ಖಂಡ್, ಛತೀಸ್‌ಗಢ್ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಪ್ರದೇಶ ಮುಂತಾದ ರಾಜ್ಯಗಳು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ. ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂಮಿಯು ನಿರಂತರ ಏರಿಳಿಕೆಗೆ ಒಳಗಾಗಿದೆ.

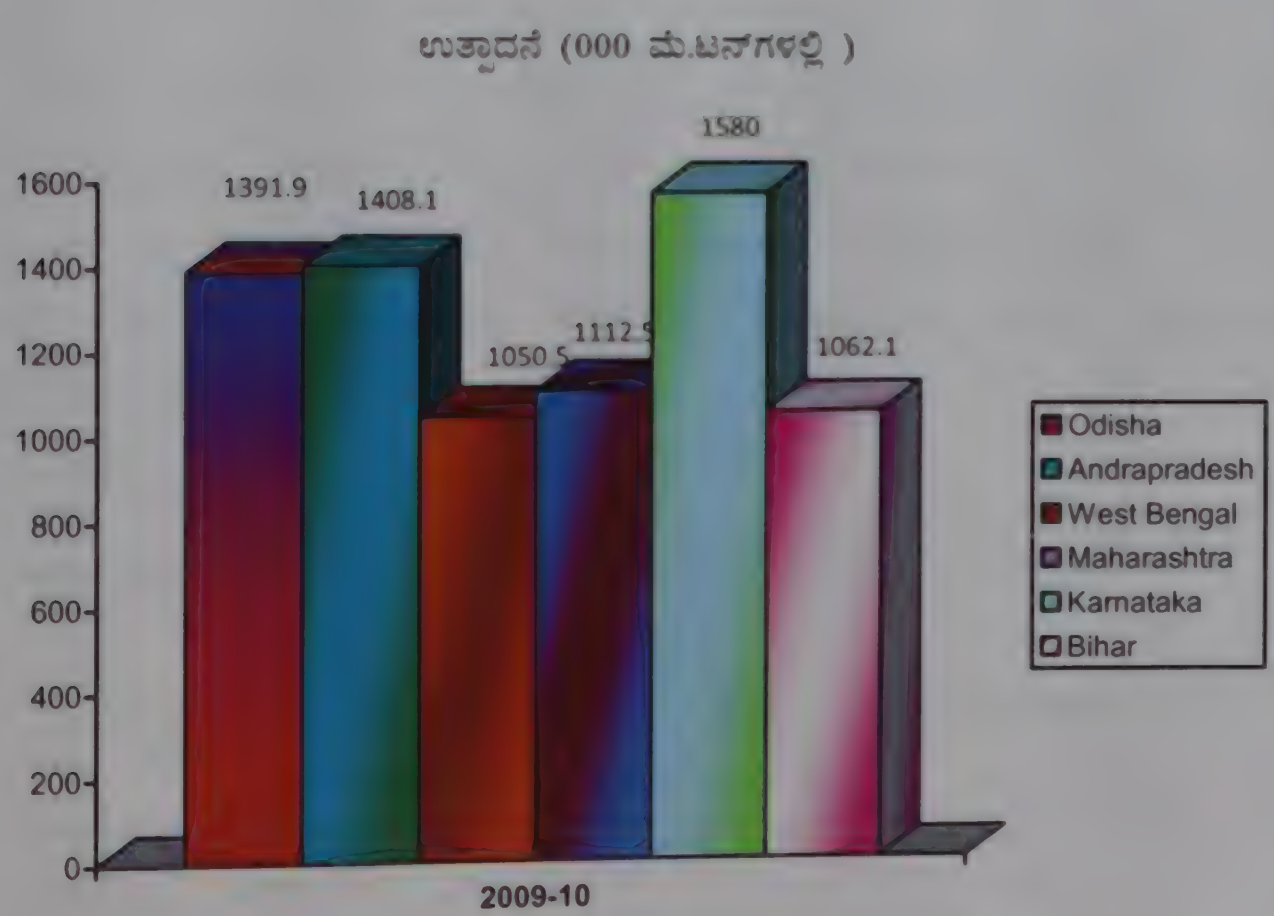
ಬದನೆ ಕೃಷಿಕರು ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಹಲವು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾದುವುಗಳೆಂದರೆ – ರೋಗನಿರೋಧಕ ತಳಿಗಳ ಅಭಾವ, ಕ್ರಿಮಿಕೀಟಗಳ ಹಾವಳಿ, ಬೇಕ್ಟೀರಿಯಾ ಸಂಬಂಧಿ ಸಸ್ಯ ರೋಗಗಳು, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೋತ್ತರ ತರಬೇತಿಯ ಕೊರತೆ, ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅವ್ಯವಹಾರ ಮುಂತಾದುವುಗಳಾಗಿವೆ. ಜಾಗತಿಕವಾಗಿ ಭಾರತವು ಬದನೆ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ಮುಂಚೂಣಿಯಲ್ಲಿರುವುದರಿಂದ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸಿ ರಫ್ತು ಉತ್ತೇಜನಗೊಳಿಸಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ.





ರೇಖಾಚಿತ್ರ 3.8
2009–10 ರಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಪ್ರಮುಖ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಬದನೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ





ರೇಖಾಚಿತ್ರ 3.9

2009–10 ರಲ್ಲಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಟೋಮೇಟೋ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ನಿರತವಾದ ಭೂಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ

ಟೋಮೇಟೋ ಬೆಳೆಗಾರರು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೆಂದರೆ – ಸಸ್ಯರೋಗಗಳು, ಕ್ರಿಮಿಕೀಟಗಳ ಹಾವಳಿ, ಸುಧಾರಿತ ತಳಿಗಳ ಬೀಜಗಳ ದುಬಾರಿ ಬೆಲೆ, ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಸಂಸ್ಕರಣೆಯ ಅಲಭ್ಯತೆ, ರಪ್ತು ಉತ್ತೇಜಕಗಳ ಕೊರತೆ ಮತ್ತು ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಾಹಾಗಾರದ ಅಲಭ್ಯತೆಗಳಾಗಿವೆ.

3.4.2.3. ಕ್ಯಾಬೇಜ್ :

ಕ್ಯಾಬೇಜ್ ಒಂದು ಪ್ರಾಚೀನ ತರಕಾರಿಯಾಗಿದ್ದು ಪ್ರಾಚೀನ ಗ್ರೀಕ್ ಮತ್ತು ರೋಮನ್ ನಾಗರಿಕತೆಯ ನಂಟು ಹೊಂದಿದೆ. ಈಗ ಶೀತವಲಯವನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಜಗತ್ತಿನೆಲ್ಲೆಡೆ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಆಹಾರ ವಸ್ತುವಾಗಿ ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮೊಘಲರ ಆಳ್ವಿಕೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಪ್ರವೇಶವಾಗಿ ಬ್ರಿಟಿಷರ ಮತ್ತು ಪೋರ್ಚುಗೀಸರ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ದೇಶದಾದ್ಯಂತ ವ್ಯಾಪಿಸಿತು.

ಕ್ಯಾಬೇಜ್‌ನಲ್ಲಿ ಶೇ. 92 ನೀರಿನಂಶವೂ ಉಳಿದಂತೆ ಸಕ್ಕರೆ, ಸ್ಟಾರ್ಚ್ ಮತ್ತು ಖನಿಜಾಂಶಗಳಿವೆ. ವಿಟಮಿನ್ ಎ, ಬಿ1, ಬಿ2, ಮತ್ತು ಸಿ ಗಳಿಂದ ಶ್ರೀಮಂತವಾಗಿದೆ. ಯುರೋಪ್ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಬಡವರ ಪ್ರಧಾನ ತರಕಾರಿಯಾಗಿ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿದೆಯಲ್ಲದೆ ಹೈನುಗಾರಿಕೆ ಮತ್ತು ಕೋಳಿಸಾಕಣಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಆಹಾರ ಮೂಲವಾಗಿ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಕ್ಯಾಬೇಜ್ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಚೀನಾದೇಶವು ಪ್ರಥಮ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದರೆ ಅನಂತರದ ಸ್ಥಾನಗಳಲ್ಲಿ ರಶಿಯಾ, ಭಾರತ ಮತ್ತು ಕೊರಿಯಾ ದೇಶಗಳಿವೆ.

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ಯಾಬೇಜ್ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಸಾಧಾರಣವಾಗಿ ಎಲ್ಲಾ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಇದನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. 2005–06 ರಲ್ಲಿ 2.4 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ 54.9ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್ ಉತ್ಪಾದನೆಗೊಂಡಿದ್ದರೆ 2009–10ರಲ್ಲಿ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣವು 3 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೂ ಉತ್ಪಾದನೆಯು 63ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್‌ಗೂ ಪ್ರಗತಿಹೊಂದಿತು.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.20

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕ್ಯಾಬೇಜ್ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ

ವರ್ಷ	ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ (000 ಹೆಕ್ಟೇರ್)	ಉತ್ಪಾದನೆ (000 ಮೆ.ಟನ್)	ಉತ್ಪಾದಕತೆ
2005–06	248.8	5495.9	22.1
2006–07	249.0	5583.6	22.4
2007–08	266.2	5910.4	22.2
2008–09	310.2	6869.6	22.1
2009–10	300.5	6356.8	21.1

ಮೂಲ: ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ-ಅಂಶ 2005–06 ರಿಂದ 2009–10

ಈ ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಂತೆ ಕ್ಯಾಬೇಜ್ ಒಂದು ತ್ವರಿತವಾಗಿ ವಾಪಿಸುತ್ತಿರುವ ತರಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಮಧ್ಯ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಂತರಬೆಳೆಯ ರೂಪದಲ್ಲೂ ಉತ್ತರ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಪ್ರಧಾನ ಬೆಳೆಯಾಗಿಯೂ ಬೆಳೆದು ವರ್ಷಕ್ಕೆ ಹಲವು ಇಳುವರಿಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹಲವು ರೀತಿಯ ಹವಾಮಾನ ಮತ್ತು ಮಣ್ಣಿನ ಫಲವತ್ತತೆಗೆ ಹೊಂದಿಕೆಯಾಗುವ ಹಲವು ತಳಿಗಳು ಲಭ್ಯವಿರುವುದರಿಂದ ಕ್ಯಾಬೇಜನ್ನು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಆದರೂ ಮರಳು ಮಿಶ್ರಿತ ಆವೆ ಮಣ್ಣು ಕ್ಯಾಬೇಜ್ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಅತ್ಯಂತ ಯೋಗ್ಯವಾದುದು. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕ್ಯಾಬೇಜ್ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಪ. ಬಂಗಾಲವು ಮೊದಲ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದು ಒಡಿಶಾ, ಬಿಹಾರ್, ಗುಜರಾತ್ ಮತ್ತು ಜಾರ್ಖಂಡಗಳು ಅನಂತರದ ಸ್ಥಾನಗಳಲ್ಲಿವೆ.

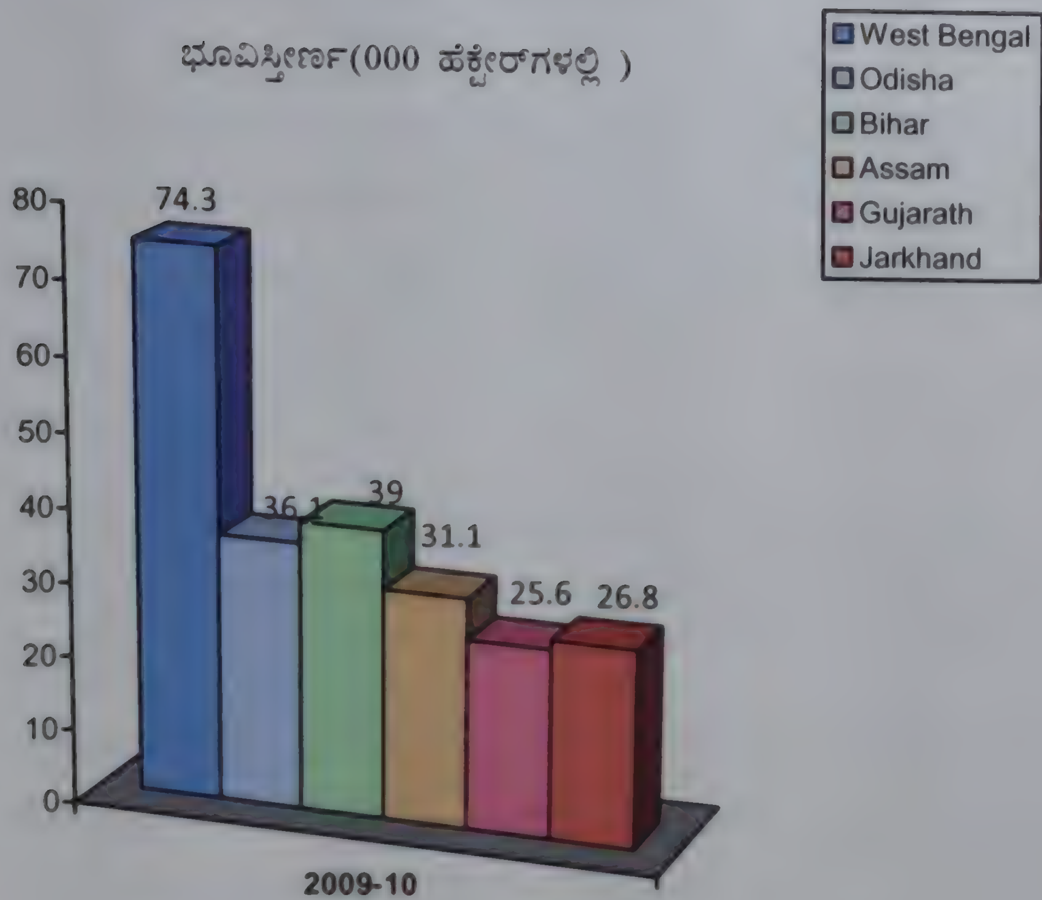
ಕೋಷ್ಟಕ 3.21

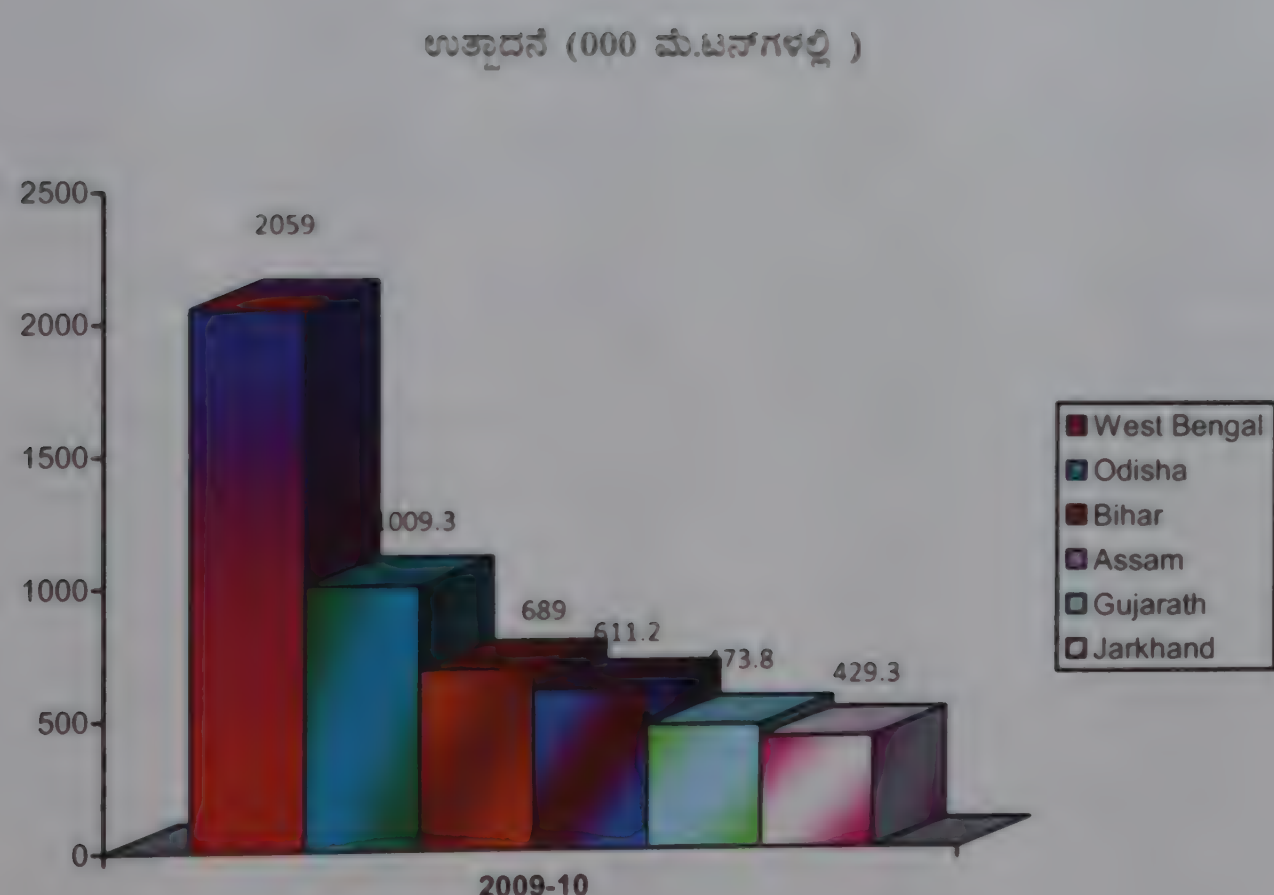
ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕ್ಯಾಬೇಜ್ ಬೆಳೆಯುವ ಮುಖ್ಯ ರಾಜ್ಯಗಳು ಅವುಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ
(000ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳು,) **ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ** (000ಮೆ.ಟನ್‌ಗಳು)

ಕ್ರ ಸಂ.	ರಾಜ್ಯ	2006–07		2007–08		2008–09		2009–10	
		ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ
1	ಪ. ಬಂಗಾಲ	72.8	1968.1	73.2	2016.1	74.1	2048.7	74.3	2059.0
2	ಒಡಿಶಾ	33.8	933.3	33.8	935.6	34.8	966.2	36.1	1009.3
3	ಬಿಹಾರ	37.0	623.5	37.4	638.1	38.3	677.0	39.0	689.0
4	ಅಸ್ಸಾಂ	–	–	–	–	29.2	585.2	31.1	611.2
5	ಗುಜರಾತ್	19.7	340.0	23.0	396.2	23.0	404.6	25.6	473.8
6	ಜಾರ್ಖಂಡ್	10.5	168.2	11.4	183.0	15.4	246.0	26.8	429.3
7	ಭಾರತ	249.0	5583.6	266.2	5910.4	310.2	6869.6	300.5	6356.8

ಮೂಲ: ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2006–07 ರಿಂದ 2009–10

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಎರಡು ರೀತಿಯ ತಳಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಮೊದಲನೆಯದು ಶೀಘ್ರ ಇಳುವರಿ ನೀಡುವ (70–80 ದಿನಗಳ) ತಳಿಯಾದರೆ ಎರಡನೆಯದು ನಿಧಾನ (100–120 ದಿನಗಳು) ಇಳುವರಿ ನೀಡುವ ತಳಿಗಳಾಗಿವೆ. ಕೊಯ್ಲಿನ ನಂತರ ಗಾತ್ರಕ್ಕನುಗುಣವಾಗಿ ವರ್ಗೀಕರಣಗೊಳಿಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಮದ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಮೂಲಕವೇ ಸುಮಾರು ಶೇ. 70–80 ರಷ್ಟು ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರವೇಶಿಸುತ್ತವೆ. ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.





ರೇಖಾಚಿತ್ರ 3.10
2009–10 ರಲ್ಲಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕ್ಯಾಬೇಜ್ ಬೆಳೆಯುವ ಮುಖ್ಯ ರಾಜ್ಯಗಳು ಅವುಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ.

1. ಕ್ಯಾಬೇಜ್ ಬೆಳೆಯ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ಇತರ ದೇಶಗಳಿಗಿಂತ ತುಂಬಾ ಕಡಿಮೆ ಇದೆ. (21.4 ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್)
2. ಇತರ ತರಕಾರಿಗಳಿಗಿಂತ ಸುಲಭದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಬೇಗನೆ ಕ್ರಿಮಿ ಕೀಟಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಸಸ್ಯ ರೋಗಗಳ ದಾಳಿಗೊಳಗಾಗಿ ಹಾನಿಗೀಡಾಗುತ್ತದೆ.
3. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮದ್ಯವರ್ತಿಗಳಿಂದ ರೈತರ ಶೋಷಣೆ, ಅಧಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ, ಸಾರಿಗೆ ಅಸಮರ್ಪಕತೆ ಮತ್ತು ಸೂಕ್ತ ಸಂಗ್ರಾಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆ.

3.4.2.4. ಕಾಲಿ ಫ್ಲವರ್ :

ಆಧುನಿಕ ತರಕಾರಿಗಳಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಜನಪ್ರಿಯವಾದುದು ಕಾಲಿಫ್ಲವರ್. ಕ್ಯಾಬೇಜ್ ಜಾತಿಗೆ ಸೇರಿದ ಸಸ್ಯಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ಕುಟುಂಬದ ಇದು ಅತ್ಯಂತ ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಸಸ್ಯ ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಕಾಳಜಿಯನ್ನು ಬಯಸುತ್ತದೆ.

ಸಮಶೀತೋಷ್ಣ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಹುಲಸಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ ಮತ್ತು ಜಗತ್ತಿನಾದ್ಯಂತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಇದು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ. 100 ಗ್ರಾಂ ಕಾಲಿಫ್ಲವರ್ ನಲ್ಲಿ ಶೇ. 91 ಭಾಗ ನೀರು, ಶೇ. 2 ರಷ್ಟು ಕೊಬ್ಬು, ಶೇ. 2.4ರಷ್ಟು ಪ್ರೊಟೀನ್ ಮತ್ತು ಶೇ. 5ರಷ್ಟು ಖನಿಜಾಂಶಗಳಿವೆ. ವಿಟಮಿನ್ ಎ, ಮತ್ತು ವಿಟಮಿನ್ ಬಿ ಯಿಂದ ಸಮೃದ್ಧಗೊಂಡಿದ್ದು ಇತರ ತರಕಾರಿಗಳಿಗಿಂತ ಅಧಿಕ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿದೆ. ಕಾಲಿಫ್ಲವರನ್ನು ಒಣಗಿಸಿ ಇಟ್ಟು ಲಭ್ಯವಿಲ್ಲದ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಜಾಗತಿಕವಾಗಿ ಭಾರತ ಕಾಲಿಫ್ಲವರ್ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಮುಂಚೂಣಿಯಲ್ಲಿದ್ದರೆ, ಚೀನಾ, ಪ್ರಾನ್ಸ್ ಮತ್ತು ಅಮೇರಿಕಾಗಳು ಉಳಿದ ಸ್ಥಾನಗಳಲ್ಲಿವೆ.

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಲಿಫ್ಲವರ್ ಬೆಳೆಯು ಪ್ರವರ್ಧಮಾನಕ್ಕೆ ಬರುತ್ತಿದ್ದು. ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂವಿಸ್ತಾರ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನ ಪ್ರಮಾಣಗಳಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಏರಿಕೆ ಉಂಟಾಗುತ್ತಿದೆ. 2005-06ರಲ್ಲಿ 2.8 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಭೂ ವಿಸ್ತಾರ ಮತ್ತು 53 ಲಕ್ಷ ಟನ್ ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರೆ 2009-10ರಲ್ಲಿ ಇದು 3.1 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಮತ್ತು 59.8 ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ಗಳಿಗೆ ಏರಿತು.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.22

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕಾಲಿಫ್ಲವರ್ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ

ವರ್ಷ	ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ (000 ಹೆಕ್ಟೇರ್)	ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರಮಾಣ (000 ಮೆ.ಟನ್)	ಉತ್ಪಾದಕತೆ
2005-06	288.1	5353.9	18.5
2006-07	302.1	5537.9	18.3
2007-08	312.4	5777.1	18.5
2008-09	310.2	6869.6	22.1
2009-10	314.9	5688.5	18.1

ಮೂಲ: ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ-ಅಂಶ 2005-06 ರಿಂದ 2009-10

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕಾಲಿಫ್ಲವರ್ ಬೆಳೆಯುವ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಪಶ್ಚಿಮ ಬಂಗಾಲವು ಪ್ರಥಮ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದರೆ ಬಿಹಾರ್ ಮತ್ತು ಒಡಿಶಾ ರಾಜ್ಯಗಳು ಅನಂತರದ ಸ್ಥಾನಗಳಲ್ಲಿವೆ. ಪಶ್ಚಿಮ ಬಂಗಾಲ ಮತ್ತು ಬಿಹಾರ ರಾಜ್ಯಗಳು ದೇಶದ ಒಟ್ಟು ಕಾಲಿಫ್ಲವರ್ ಉತ್ಪಾದನೆಯ (59 ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್) ಸುಮಾರು ಅರ್ಧದಷ್ಟನ್ನು (28 ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್) ಉತ್ಪಾದಿಸುತ್ತವೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.23

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕಾಲಿಫ್ಲವರ್ ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಪ್ರಮುಖ ರಾಜ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಭೂ ಪ್ರಮಾಣ (000ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳು,) ಹಾಗೂ ಉತ್ಪಾದನೆ (000ಮೆ.ಟನ್‌ಗಳು)

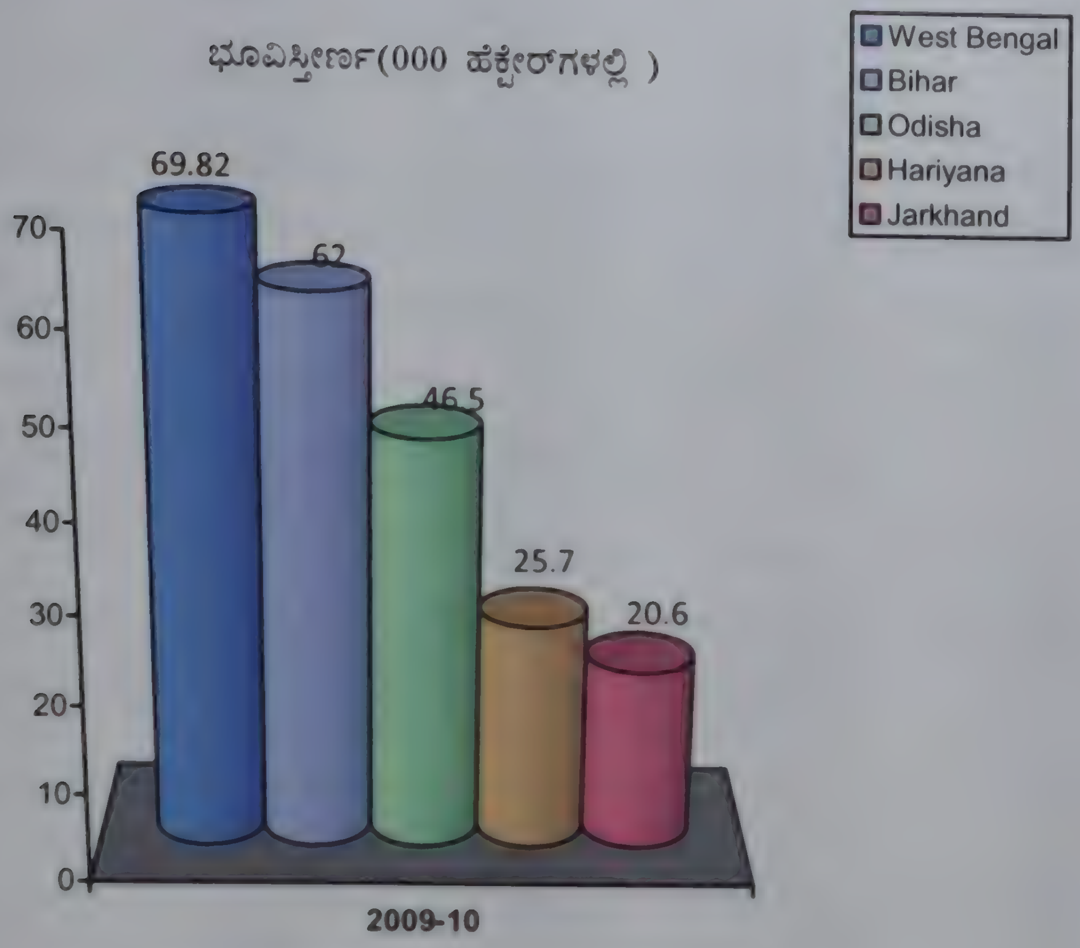
ಕ್ರ ಸಂ.	ರಾಜ್ಯ	2006–07		2007–08		2008–09		2009–10	
		ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ
1	ಪ. ಬಂಗಾಲ	66.1	1658.2	66.9	1682.1	68.8	1743.8	69.2	1754.1
2	ಬಿಹಾರ	60.1	1009.0	60.7	1023.9	61.0	1043.8	62.0	1062.0
3	ಒಡಿಶಾ	45.1	641.6	45.2	644.2	46.1	663.5	46.5	674.6
4	ಹರಿಯಾನ	30.3	417.2	24.2	349.9	25.9	500.3	25.7	487.7
5	ಜಾರ್ಖಂಡ್	18.6	297.8	20.7	331.9	27.3	436.9	20.6	329.8
6	ಭಾರತ	302.1	5537.9	312.4	5777.1	348.9	6531.9	314.9	5988.5

ಮೂಲ: ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ-ಅಂಶ 2006–07 ರಿಂದ 2009–10

ಕಾಲಿಫ್ಲವರ್ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿಮೊದಲ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿರುವ ಪಶ್ಚಿಮ ಬಂಗಾಲವು 69 ಸಾವಿರ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ 17 ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್‌ಗಳಷ್ಟು ಉತ್ಪಾದಿಸುವುದಿದ್ದರೆ (2009–10ರಲ್ಲಿ) ಬಿಹಾರ ರಾಜ್ಯವು 62 ಸಾವಿರ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಭೂ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ 10.6 ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್‌ಗಳಷ್ಟನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸುತ್ತದೆ. ಅನಂತರದ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿರುವ ಒಡಿಶಾ ರಾಜ್ಯವು 46 ಸಾವಿರ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣದಲ್ಲಿ 6.7 ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್ ಕಾಲಿಫ್ಲವರ್ ಉತ್ಪಾದಿಸುತ್ತದೆ.

ಕಾಲಿಫ್ಲವರ್ ಮಾರಾಟದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಗಾತ್ರ, ಬಣ್ಣ ಮತ್ತು ಗುಣಮಟ್ಟದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ವರ್ಗೀಕರಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಆರೋಗ್ಯಯುತ ಗಾತ್ರ, ತಾಜಾ ಬಿಳಿಬಣ್ಣ ಮತ್ತು ಒಳ್ಳೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಕಾಲಿಫ್ಲವರ್‌ಗೆ ಉತ್ತಮ ಧಾರಣೆ ಲಭಿಸುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಅತ್ಯಂತ ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಸ್ವಭಾವದ ಈ ತರಕಾರಿಯ ಸಾಗಾಟ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆಸ್ಥೆ ವಹಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಭಾರತವು ಕಾಲಿಫ್ಲವರನ್ನು ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ರಫ್ತು ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡಿ ವಿದೇಶೀ ವಿನಿಮಯವನ್ನುಗಳಿಸುತ್ತಿದೆ. ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಬಾಂಗ್ಲಾದೇಶ, ಜರ್ಮನಿ, ಅರಭ್ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳು ಮತ್ತು ನೆರೆಯ ನೇಪಾಲ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಿಗೆ ರಫ್ತುಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.





ರೇಖಾಚಿತ್ರ 3.11

2009–10 ರಲ್ಲಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕಾಲಿಫ್ಲವರ್ ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಪ್ರಮುಖ ರಾಜ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಭೂ ಪ್ರಮಾಣ ಹಾಗೂ ಉತ್ಪಾದನೆ

ಕಾಲಿಫ್ಲವರ್ ಬೆಳೆಗಾರರು ಎದುರಿಸುವ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೆಂದರೆ –

ಕಡಿಮೆ ಉತ್ಪಾದಕತೆ – ಜಗತ್ತಿನ ಇತರ ಕಾಲಿಫ್ಲವರ್ ಬೆಳೆಯುವ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳ ಜತೆಗೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಭಾರತದ ರೈತರ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ಕಡಿಮೆ ಇದೆ. (19.8 ಮೆ.ಟನ್ ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ) ಇದಕ್ಕೆ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣವೆಂದರೆ ಒಳ್ಳೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಬೀಜದ ಬಳಕೆಯ ಬಗ್ಗೆ ರೈತರಿಗಿರುವ ಅಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ಅಸಡ್ಡೆ ಹಾಗೂ ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಸಂವೇದಿಯಾದ ಕಾಲಿಫ್ಲವರ್‌ನ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೋತ್ತರ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಕುರಿತು ರೈತರಲ್ಲಿ ನಿರಾಸಕ್ತಿ.

ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪದ್ಧತಿಯ ಅಳವಡಿಕೆಯ ಮೂಲಕ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಹಿಡಿತದಿಂದ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಬೇಕಿದೆ. ಸೂಕ್ತರೀತಿಯ ಸಂಗ್ರಾಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆ ಮತ್ತು ವರ್ಗೀಕರಣದ ಕುರಿತು ರೈತರಲ್ಲಿರುವ ಅಜ್ಞಾನವನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸಬೇಕಿದೆ.

3.4.3. ಇತರ ತರಕಾರಿಗಳು :

ಭಾರತದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳ ಪ್ರಮುಖ ಆಹಾರ ಬೆಳೆ ಹಸಿರೆಲೆ ತರಕಾರಿಗಳಾಗಿದ್ದು ಇವು ಹಲವು ಅನ್ನಾಂಗಗಳಿಂದ ಮತ್ತು ಜೀವ ಸತ್ವಗಳಿಂದ ಸಮೃದ್ಧವಾಗಿವೆ. ವರ್ಷಪೂರ್ತಿ ಇವುಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಬಹುದಾದ ಕಾರಣ ಇವು ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ನಿರಂತರ ಆದಾಯದ ಮೂಲವಾಗಿದೆ. ಸುಮಾರು 125 ಸಸ್ಯ ಜಾತಿಯ ಕುಟುಂಬಗಳಿಗೆ ಸೇರಿದ 700ಕ್ಕೂ ಮೀರಿದ ವಿವಿಧ ಹಸಿರೆಲೆ ತರಕಾರಿಗಳು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಆಹಾರ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗದಲ್ಲಿವೆ. ಹರಿವೆ, ಬಸಳೆ, ಕರಿಬೇವು, ಸುಗ್ಗೆಸೊಪ್ಪು, ಪುದಿನ, ಒಂದೆಲಗ, ಪಾಲಕ, ಸಬ್ಬಸ್ಸಿಗೆ, ಮೆಂತೆಸೊಪ್ಪು, ಕೊತ್ತಂಬರಿಸೊಪ್ಪು ಮುಂತಾದುವು ಪ್ರಮುಖ ಬೆಳೆಗಳಾಗಿವೆ.

ಭಾರತದ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಸುಮಾರು 18 ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಬೀಜತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇವು, ಪ್ರೋಟೀನ್, ವಿಟಮಿನ್ ಬಿ ಮತ್ತು ಇತರ ಹಲವು ಜೀವ ಸತ್ವಗಳಿಂದ ಸಮೃದ್ಧಿವಾಗಿವೆ. ಬೀಜ ತರಕಾರಿಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ–ವಾದುವುಗಳೆಂದರೆ ಬಟಾಣಿ, ಅಲಸಂಡೆ, ಅವರೆಕಾಳು, ಹೆಸರು, ಕಡಲೆ, ಸೋಯಾ, ತೊಗರಿ, ಮುಂತಾದುವುಗಳಾಗಿವೆ. ಇವು ಭಾರತದ ರಫ್ತು ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲೂ ಒಳಗೊಂಡು ಅಮೂಲ್ಯ ವಿದೇಶಿ ವಿನಿಮಯವನ್ನು ಗಳಿಸುತ್ತಿದೆ.

ಇನ್ನುಳಿದಂತೆ ಸೌತೆ, ಮುಳ್ಳುಸೌತೆ, ಚೀನಿಕಾಯಿ, ಕುಂಬಳಕಾಯಿ, ನವಿಲುಕೋಸು ಮತ್ತು ಪಡವಲಕಾಯಿ, ಹಾಗಲಕಾಯಿ, ಹೀರೆಕಾಯಿ ಮುಂತಾದುವುಗಳು ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳಾಗಿವೆ. ಭಾರತದ ಉದ್ದಗಲಕ್ಕೂ ಇವುಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಆದಾಯವನ್ನು ವರ್ಷಪೂರ್ತಿ ಗಳಿಸಿಕೊಡುತ್ತಿದೆ. ಹೇರಳವಾದ ಔಷಧೀಯ ಗುಣಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಈ ತರಕಾರಿಗಳು ಬಡವ ಬಲ್ಲಿದರೆನ್ನದೆ ಸರ್ವಜನ ಮಾನ್ಯವಾಗಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು 25.8 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಇದನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು ವಾರ್ಷಿಕ ಉತ್ಪನ್ನವು ಸುಮಾರು 347.6 ಲಕ್ಷ ಟನ್ ಗಳಾಗಿವೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3.24

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಇತರ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ

ವರ್ಷ	ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ (000 ಹೆಕ್ಟೇರ್)	ಉತ್ಪಾದನೆ (000 ಮೆ.ಟನ್)	ಉತ್ಪಾದಕತೆ
2005–06	2212.3	27100.6	12.2
2006–07	2282.2	29145.7	12.7
2007–08	2414.4	31401.6	13.0
2008–09	2275.4	28006.3	12.3
2009–10	2585.1	34761.0	13.4

ಮೂಲ: ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2005–06 ರಿಂದ 2009–10

ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆಯ ಮಾಹಿತಿಯಂತೆ ಕಳೆದ ಐದು ವರ್ಷದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಇತರ ತರಕಾರಿಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂ ವಿಸ್ತಾರವು 22.2 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ 25.8 ಲಕ್ಷದ ವರೆಗೂ ಉತ್ಪಾದನೆಯು 271 ಲಕ್ಷ ಮೆ. ಟನ್‌ನಿಂದ 347 ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್ ವರೆಗೂ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ. ಇದೇ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ 12.25 ಟನ್ ನಿಂದ 13.5 ಟನ್‌ಗೆ ಹೆಚ್ಚಿತು. ಈ ತರಕಾರಿ ಸಮೂಹಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಮುಖ್ಯ ತರಕಾರಿಗಳಾದ ಅಲಸಂಡೆ, ಬೀನ್ಸ್, ಚೀನೀಕಾಯಿ, ಬೂದುಗುಂಬಳ, ಬಟಾಣಿ, ಹಸಿರೆಲೆ ತರಕಾರಿಗಳು, ಕ್ಯಾರೆಟ್, ಬೀಟ್‌ರೂಟ್, ಹೀರೆಕಾಯಿ, ಪಡುವಲಕಾಯಿ ಮುಂತಾದುವುಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರಮುಖ ರಾಜ್ಯಗಳೆಂದರ, ಪಶ್ಚಿಮ ಬಂಗಾಲ, ಉತ್ತರ ಪ್ರದೇಶ, ಅಸ್ಸಾಂ, ಬಿಹಾರ ಒಡಿಶಾ, ಹರ್ಯಾನಾ ಮತ್ತು ಕರ್ನಾಟಕಗಳಾಗಿವೆ.

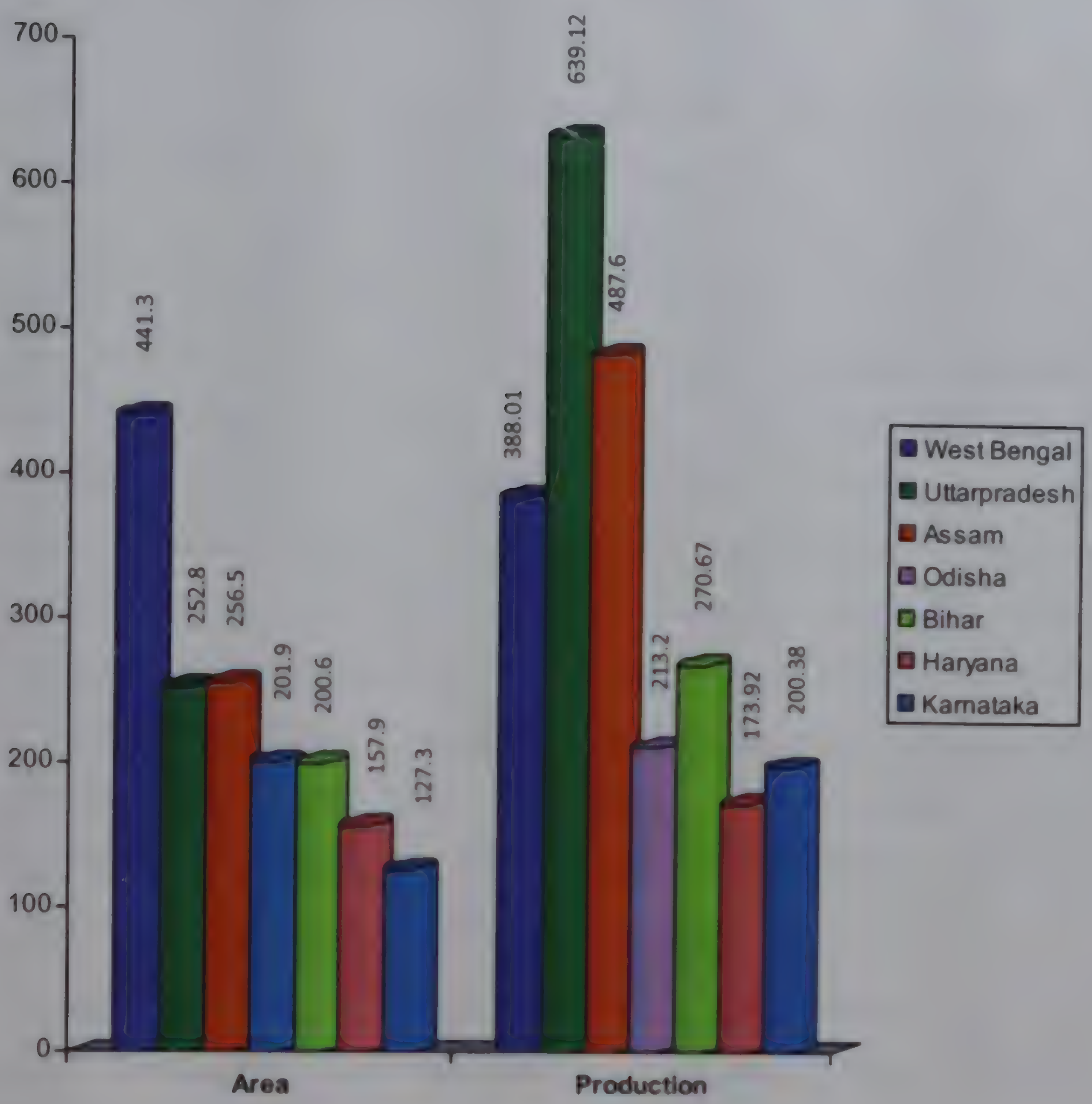
ಕೋಷ್ಟಕ 3.25

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಇತರ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಮುಖ್ಯ ರಾಜ್ಯಗಳು, ಅವುಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ (000ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳು.) ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ (000ಮೆ.ಟನ್‌ಗಳು)

ಕ್ರ. ಸಂ.	ರಾಜ್ಯ	2006–07		2007–08		2008–09		2009–10	
		ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ
1	ಪ. ಬಂಗಾಲ	428.1	3562.0	432.8	3742.4	436.2	3798.2	441.3	3880.1
2	ಉತ್ತರಪ್ರದೇಶ	201.4	5234.0	224.0	5992.2	227.2	5438.1	252.8	6391.2
3	ಅಸ್ಸಾಂ	236.0	3887.1	238.6	3917.7	248.1	4226.4	256.5	4876.0
4	ಒಡಿಶಾ	186.8	1862.3	186.2	1862.7	187.9	1944.7	201.9	2132.0
5	ಬಿಹಾರ	187.8	2465.2	191.6	2516.3	196.5	2650.0	200.6	2706.7
6	ಹರ್ಯಾನ	137.3	1475.3	143.9	1511.1	158.1	1589.8	157.9	1739.2
7	ಕರ್ನಾಟಕ	104.8	1476.0	111.3	1669.4	116.1	1745.9	127.3	2003.8
8	ಭಾರತ	2282.2	29145.7	2414.4	31401.6	2275.4	28006.3	2585.1	34761.0

ಮೂಲ: ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2006–07 ರಿಂದ 2009–10

ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (000 ಹೆಕ್ಟೇರ್) ಉತ್ಪಾದನೆ (0000 ಮೆ.ಟನ್)



ರೇಖಾಚಿತ್ರ 3.12

2009-10 ರಲ್ಲಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಇತರ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಮುಖ್ಯ ರಾಜ್ಯಗಳು, ಅವುಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ

ಇತರ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ರಾಜ್ಯಗಳ ಪೈಕಿ ಪಶ್ಚಿಮಬಂಗಾಲವು (4.4 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್), ಉತ್ತರ ಪ್ರದೇಶ (2.5 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್) ಮತ್ತು ಅಸ್ಸಾಂ (2.5 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್) ಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ ಪ್ರಮಾಣದ ಭೂ ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರೂ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ತರ ಪ್ರದೇಶ ರಾಜ್ಯ (63 ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್) ಮತ್ತು ಅಸ್ಸಾಂ (48.7 ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್) ರಾಜ್ಯಗಳು ಪಶ್ಚಿಮ ಬಂಗಾಲಕ್ಕಿಂತ (38.8 ಲಕ್ಷ ಮೆ. ಟನ್) ಮುಂದಿದೆ.

ಸಮಗ್ರ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ನೋಡುವುದಾದರೆ ಇತ್ತೀಚಿಗಿನ ಐದು ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಈ ವಿಭಾಗದ ತರಕಾರಿಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂ ಪ್ರಮಾಣವು ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದೆ.

3.5 ಭಾರತ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ :

ಭಾರತದ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ವಿಶಿಷ್ಟವೂ ಸಂಕೀರ್ಣವೂ ಆಗಿದೆ. ಪ್ರಥಮವಾಗಿ ತರಕಾರಿಗಳು ತಮ್ಮ ಅಲ್ಪಜೀವಿತಾವಧಿಯಿಂದಾಗಿ ಸಮಯದ ತುಷ್ಟಿಗುಣ ಮತ್ತು ಪ್ರದೇಶದ ತುಷ್ಟಿಗುಣಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುವಲ್ಲಿ ವಿಫಲವಾಗುತ್ತಿವೆ. ಇದರೊಂದಿಗೆ ಸಾಗಾಟ ಮತ್ತು ಸಂಗ್ರಹಣ ಸಮಸ್ಯೆಯೂ ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಎರಡನೆಯದಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಹಿಡಿತದಲ್ಲಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕ ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯ ಸಿಂಹಪಾಲು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಪಾಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು ಬೆಳೆಗಾರರೂ ಗ್ರಾಹಕರೂ ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ಶೋಷಣೆಗೆ ಒಳಗಾಗುತ್ತಾರೆ. ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಉತ್ಪಾದಕರಿಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಶ್ರಮ, ಬಂಡವಾಳ ಮತ್ತು ಸಮಯವನ್ನು ವ್ಯಯಿಸಿ ಅವರಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪಾಲನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸುವ ಬೆಲೆಗೂ ಉತ್ಪಾದಕರು ಪಡೆಯುವ ಆದಾಯಕ್ಕೂ ಅಜಗಜಾಂತರವಿದೆ. ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ನಿರಂತರತೆ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಳದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಪಾವತಿಯಾಗುವ ಬೆಲೆಯು ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುವ ಕಾರಣ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಮೂಲಾಗ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯು ತೀರಾ ಅನಿವಾರ್ಯ. ಭಾರತದ ಬಹುತೇಕ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಇಂದಿಗೂ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಒಳಪಡದಿರುವುದರಿಂದ (ಅರೆ ದೀರ್ಘಕಾಲೀನ ತರಕಾರಿ – ಬಟಾಟೆ ಮತ್ತು ನೀರುಳ್ಳಿಯ ಹೊರತಾಗಿ) ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ, ಕೂಲಿ ವೆಚ್ಚ, ತೂಕದ ರೀತಿ, ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯದ ಕೊರತೆ ಇತ್ಯಾದಿ ತೊಂದರೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಹೀಗೆ ಸಂದಿಗ್ಧತೆಯಲ್ಲಿರುವ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ಕಾಯಕಲ್ಪದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ.(ಸಿಂಗ್ ರಮೇಶ್ 2008)

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುವ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು, ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಾದ ಹೆಚ್ಚಳ, ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಆಯಾಮಗಳು ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ನಿಚ್ಚಳವಾಗಿವೆ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನೀತಿಯ ವಿಫಲತೆಯಿಂದಾಗಿ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪುನಃ ಸಂಘಟನೆಯ ಅಗತ್ಯ ಮತ್ತು ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಚಿಂತಿಸಬೇಕಾಗಿದ್ದು ಸ್ವ–ಸಹಾಯ ಸಂಘಟನೆಗಳ ಮೂಲಕ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿದೆ. ಉತ್ಪಾದಕರ ದೃಷ್ಟಿ ಕೋನದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಬಲೀಕರಣಕ್ಕಾಗಿ ವಿನೂತನ ಮಾದರಿ ನಿರ್ಮಾಣ, ಸಮಗ್ರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಿರ್ವಹಣೆ, ಸಾಂಸ್ಥಿಕ –ಸಂಘಟಿತ ಧ್ಯೇಯೋದ್ದೇಶಗಳ ಶ್ರೇಣೀಕರಣ, ಇತ್ಯಾದಿ ಆಯಾಮಗಳತ್ತ ಬೆಳಕುಚೆಲ್ಲಬೇಕಾಗಿದೆ (ಸೇನ್‌ಗುಪ್ತ ಶಿವಾನಿ 2004).

1980ರ ದಶಕದಿಂದೀಚೆಗಿನ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ವಿಫಲತೆಗಳು ಪ್ರಸ್ತುತ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಹಿನ್ನಲೆಯಾಗಿದೆ. ಇತ್ತೀಚಿಗಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ನಿವ್ವಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಬಟಾಟೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಪ್ರಮಾಣವು ಸುಮಾರು 12 ಪಟ್ಟು ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ.

ಆದ್ದರಿಂದ ಸದೃಢ – ಸಬಲ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ತೀರಾ ಅನಿವಾರ್ಯವಾಗಿದೆ. (ಜೈನ್ ಆರ್.ಕೆ. 2006).

ಸುಧಾರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಜಾಲದಲ್ಲಿ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ನವೀಕರಣ, ಬೆಲೆ ಸ್ಥಿರೀಕರಣ, ಕನಿಷ್ಠ ಬೆಲೆ ನಿಗದೀಕರಣ, ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧಾರ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯ ಮತ್ತು ರಫ್ತು ಉದ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಗತಿ ಮುಂತಾದವುಗಳು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.

ಇನ್ನುಳಿದಂತೆ ದೇಶೀಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಜತೆ ಸಮೀಕರಣಗೊಳಿಸುವುದು, ನೇರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಬಲೀಕರಣ, ಸಾರಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕದ ಸುಧಾರಣೆ, ದಾಸ್ತಾನು ಸೌಕರ್ಯ ನೀಡುವುದು, ಸಂಸ್ಕರಣೆ, ಪ್ಯಾಕೇಜ್ ಮತ್ತು ಗುಣಮಟ್ಟ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ ಸೌಲಭ್ಯ ನೀಡುವುದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಹಣಕಾಸು ಸಹಾಯ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಿಕೆ ಹಾಗೂ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಶೋಧನೆಯು ಇಂದಿನ ಅಗತ್ಯಗಳಾಗಿವೆ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ಭಾರತದ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಅಸಮರ್ಪಕವಾಗಿದ್ದು ಸದೃಢ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅವಶ್ಯಕತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಯೋಗ್ಯ ಪ್ರತಿಫಲವನ್ನು ನೀಡುವುದು, ಬೆಲೆಗಳ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಅನುಭೋಗಕ್ಕೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹವನ್ನು ನೀಡುವುದು ಅದರ ಗುರಿಯಾಗಿರಬೇಕು.

ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಹಲವು ಮಜಲುಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾದುವುಗಳೆಂದರೆ ದಾಸ್ತಾನು, ಸಾಗಾಟ, ವರ್ಗೀಕರಣ, ಸಂಸ್ಕರಣೆ, ಹಾಗೂ ವಿವಿಧ ಹಂತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಹೊರತಾದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೆಂದರೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಕೊರತೆ, ಬೆಳೆಗಳಿಗೆ ರೋಗ ಹಾಗೂ ಕೀಟಗಳ ಭಾದೆ ಸರಕಾರಿ ನೀತಿಯ ಅಸಮರ್ಪಕ ಅಳವಡಿಕೆ, ರಫ್ತು ಉದ್ಯಮದ ತೊಂದರೆಗಳು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿನ ತೊಡಕುಗಳು ಮುಂತಾದುವುಗಳಾಗಿವೆ.

ಕೊಯಮತ್ತೂರಿನ ಭಾರತೀಯ ಸಸ್ಯಶಾಸ್ತ್ರ ಸರ್ವೇಕ್ಷಣ ಇಲಾಖೆಯ ಉಪನಿರ್ದೇಶಕರ ಪ್ರಕಾರ ಭಾರತದಾದ್ಯಂತಲಭ್ಯವಿರುವ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಹವಾಮಾನ, ಭೂಗುಣ ಹಾಗೂ ಪ್ರಾಕೃತಿಕ ಲಕ್ಷಣಗಳು ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿವೆ. ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾದ ಭೌಗೋಳಿಕ ಲಕ್ಷಣಗಳು ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉಪಭೋಗಕ್ಕೆ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಸಹಕರಿಸಿವೆ. ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯದ ಕೊರತೆಯಿಂದ ಮತ್ತು ಸಮಗ್ರ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿ ನೀತಿಯ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ದೇಶದೆಲ್ಲೆಡೆ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನೆದುರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಸಮರ್ಪಕತೆಯೇ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಅನಿಶ್ಚಿತತೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ. ಸರ್ವೇಕ್ಷಣ ಇಲಾಖೆಯ ನಿರ್ದೇಶಕ ಪ್ರೊ. ಹೇಮರಾಜನ್ ಅವರ

ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಪ್ರಮುಖ ನ್ಯೂನತೆಯು ಮಾಹಿತಿ ಕೊರತೆಯಾಗಿದೆ. ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ, ಬೇಡಿಕೆ, ಬೆಲೆ, ವಿದೇಶಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಬೆಲೆಯ ಆವರ್ತ, ತರಕಾರಿಸಂಸ್ಕರಣೆ, ಸುಧಾರಿತ ತಳಿಗಳು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಇರುವ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲೇ ಭಾರತವು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುವ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಎರಡನೆಯದಾಗಿದ್ದರೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಆಯಾಮದಲ್ಲಿ ವಿಫಲತೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಸಮರ್ಪಕ ಮಾಹಿತಿ, ಸಂಪರ್ಕ, ಮತ್ತು ಸಂವಹನ ಕ್ರಾಂತಿಯ ಮೂಲಕ ಈ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸಬಹುದು ಎಂದು ನಿರ್ದೇಶಕರು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ.

ಕೊಯಮತ್ತೂರಿನ ತಮಿಳುನಾಡು ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯದ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಅಧ್ಯಯನ ಕೇಂದ್ರದ ಅಧ್ಯಕ್ಷರು, ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ದೇಶದಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಇದ್ದು ದೇಶದ ಜನರು ಅಪೌಷ್ಟಿಕತೆಯಿಂದ ಬಳಲಲು ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ನ್ಯೂನತೆಗಳೇ ಕಾರಣವೆನ್ನುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಅವಕಾಶಗಳಿವೆ. ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಲಭಿಸುವ ಪ್ರತಿಫಲ ಕಡಿಮೆಯಿದ್ದರೂ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಆಶಾದಾಯಕ, ಆದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಿಂದಾಗಿ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮತ್ತು ದಾಸ್ತಾನು ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಪೋಲಾಗುತ್ತಿವೆ. ತತ್ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಅನುಭೋಗದಾರನ ಮೇಲೆ ಹೊರೆ ಬಿದ್ದು ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಲೆ ಪಾವತಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಸಮರ್ಪಕವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಅಪೌಷ್ಟಿಕತೆಯ ಸಮಸ್ಯೆ ದೇಶವನ್ನು ಕಾಡುತ್ತಿದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ.

ತಮಿಳುನಾಡು ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯದ ಕೃಷಿ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರ ವಿಭಾಗದ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು ದೇಶದ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯು ಸದೃಢವಾಗಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯವನ್ನು ಒತ್ತಿ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಪ್ರದೇಶದಿಂದ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ಬದಲಾಗುವ ಆಹಾರ ಪದ್ಧತಿ ಮತ್ತು ಭೌಗೋಳಿಕ ಸ್ಥಿತಿಗತಿಯು ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಉತ್ತೇಜನ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಆಂತರಿಕ ಬೇಡಿಕೆ ಮಾತ್ರವಲ್ಲ ವಿದೇಶಿ ಬೇಡಿಕೆಯೂ ಭಾರತದ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಸಾಕಷ್ಟಿದೆ. ಹೀಗಿದ್ದೂ ಬೆಳೆಗಾರನ ಸ್ಥಿತಿ ಚಿಂತಾದಾಯಕ, ಸರಕಾರಿ ಪ್ರಾಯೋಜಿತ ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಶೋಧನ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿದ್ದರೂ ಅವುಗಳ ಸಾಧನೆಗಳನ್ನು ಕೃಷಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಯೋಗ್ಯವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡಿಲ್ಲ. ದೂರಗಾಮೀ ಮತ್ತು ದೀರ್ಘಕಾಲೀನ ಕೃಷಿ ನೀತಿಯ ಕೊರತೆ, ಅತಿಶೀಘ್ರವಾಗಿ ಬದಲಾಗುವ ಸರಕಾರಿ ನೀತಿಗಳು ಒಂದೆಡೆಯಾದರೆ, ಅತಿಲಾಭಬಡುಕತನದ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಿಂದ ಶೋಷಣೆ ಇನ್ನೊಂದೆಡೆ. ಕೃಷಿಕರ ಶೀಘ್ರಲಾಭಗಳಿಸುವ ಧಾವಂತ, ಬದ್ಧತೆ ಇಲ್ಲದ ಕೃಷಿ ವಿಧಾನ ಮಗದೊಂದೆಡೆ. ಈ ಮುಪ್ಪುರಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಂದಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆ ಬಳಲುತ್ತಿದೆ. ಈ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ನಿವಾರಣೆಗೆ ನೇರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಸ್ವಸಹಾಯ ಸಂಘಗಳ ಪಾಲುದಾರಿಕೆ, ಸಂಶೋಧನ ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯಗಳ ನೇರ ಸಹಭಾಗಿತ್ವ ಅವಶ್ಯಕವೆಂದು ಅವರು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡುತ್ತಾರೆ.

ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಸಂಕೀರ್ಣವಾಗಿದ್ದು ಹಲವು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಅದು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಬೆಳೆಗಾರನ ಕೈಯಿಂದ ಅಂತಿಮ ಗ್ರಾಹಕನ ಕೈಸೇರುವ ವರೆಗಿನ ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳು ವಿವಿಧ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಿಂದ ಕೂಡಿದೆ. ಅವುಗಳೆಂದರೆ ಸಂಘಟನೆ, ಮೂಟೆ/ಪೊಟ್ಟಣ ಕಟ್ಟುವಿಕೆ, ಸಾರಿಗೆ, ವರ್ಗೀಕರಣ, ದಾಸ್ತಾನು, ಸಂಸ್ಕರಣೆ, ರಖಂ ಮಾರಾಟ ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟ ಇತ್ಯಾದಿಗಳಾಗಿವೆ. ಈ ಎಲ್ಲ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳ ಮೂಲ ಧ್ಯೇಯಗಳೆಂದರೆ–(ತ್ಯಾಗಿ ಬಿ.ಪಿ. 2005)

1) ನಿರಂತರವಾಗಿ ಏರುತ್ತಿರುವ ದೇಶದ ಜನಸಂಖ್ಯೆಗೆ ಸತ್ವಯುತ ಮತ್ತು ಪುಷ್ಟಿದಾಯಕ ಆಹಾರ ನೀಡುವುದು.
2) ಕೃಷಿ ಆಧಾರಿತ–ಆಹಾರ ಸಂಸ್ಕರಣಾ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಮೂಲವಸ್ತುವಿನ ನಿರಂತರ ಪೂರೈಕೆ
3) ಖಟಾವಿನ ನಂತರದ ಹಾನಿ ಅಥವಾ ಪೋಲಾಗುವಿಕೆಯನ್ನು ಕನಿಷ್ಠಗೊಳಿಸುವುದು
4) ನಿರಂತರ ರಫ್ತು ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕೆ ಉತ್ತೇಜನ ನೀಡುವುದು.

ಈ ಧ್ಯೇಯೋದ್ದೇಶಗಳ ಈಡೇರಿಕೆಗಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಈ ಕೆಳಗಿನ ದಿಸೆಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ಪ್ರವೃತ್ತವಾಗಬೇಕಾಗಿದೆ.

1. ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಅತ್ಯಂತ ಯೋಗ್ಯ ಬೆಲೆ ನೀಡಿಕೆ.
2. ಉತ್ಪಾದಕರು ಬಯಸುವ ಎಲ್ಲ ಪ್ರಮಾಣದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಶೀಘ್ರ ಮಾರಾಟ.
3. ಗ್ರಾಹಕ ಪಾವತಿಸುವ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕೈಸೇರುವ ಬೆಲೆಗಳ ನಡುವೆ ಕನಿಷ್ಠ ಅಂತರ.
4. ಬೆಳೆಗಾರರು ಉತ್ಪಾದಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನವು ಯಾವುದೇ ಗುಣಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಹಾನಿಯಾಗದೆ ಶೀಘ್ರ ಗ್ರಾಹಕರ ಕೈಸೇರುವುದು.
5. ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳವುದು.

ಈಮೇಲಿನ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಎಲ್ಲ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಅಂದರೆ ಪೊಟ್ಟಣ / ಮೂಟೆ ಕಟ್ಟುವುದರಿಂದ ತೊಡಗಿ ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರದ ಹಂತದವರೆಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಂಡು ಬರಬೇಕು.

3.5.1 ಪೊಟ್ಟಣ / ಮೂಟೆ ಕಟ್ಟುವುದು :

ಆರಂಭಿಕ ಹಂತದ ಈ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಪ್ರದೇಶದ ವಿವಿಧ ರೈತರಿಂದ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಟ್ಟ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ ಪೊಟ್ಟಣ ಕಟ್ಟಲಾಗುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ಪೊಟ್ಟಣ ಕಟ್ಟುವುದರಿಂದ ಸಾಗಾಟದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಆಗಬಹುದಾದ ಹಾನಿ ತಪ್ಪಿಸಬಹುದು, ಸುಲಭ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಾಗಾಟ ಮತ್ತು ದಾಸ್ತಾನು ಮಾಡಬಹುದು, ಉತ್ಪನ್ನದ ಶುಚಿತ್ವವನ್ನು

ಕಾಪಾಡಬಹುದು ಮತ್ತು ಹವಾಮಾನ ವೈಪರೀತದಿಂದ ತರಕಾರಿಗಳ ಮೇಲಾಗುವ ದುಷ್ಪರಿಣಾಮಗಳನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟಬಹುದು.

ಸಧ್ಯದ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಮೂಟೆ ಕಟ್ಟಲು ಗೋಣಿಚೀಲ, ಮರದ ಪೆಟ್ಟಿಗೆ, ಬುಟ್ಟಿ ಮುಂತಾದ ಸಾಧನಗಳನ್ನೇ ಬಳಸುತ್ತಾರೆ. ಟೋಮೇಟೋ ಮುಂತಾದ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಮರದ ಪೆಟ್ಟಿಗೆಯಲ್ಲೂ, ಬಟಾಟೆ, ಬೀಟರೂಟ್, ಸಿಹಿಗೆಣಸು ಮುಂತಾದ ಗೆಡ್ಡೆ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಗೋಣಿ ಚೀಲಗಳಲ್ಲೂ, ಬೀನ್ಸ್, ಅಲಸಂಡೆ, ಮೆಣಸು ಮುಂತಾದುವುಗಳನ್ನು ಪ್ಲಾಸ್ಟಿಕ್ ನಾರಿನ ಚೀಲಗಳಲ್ಲೂ ಮೂಟೆಕಟ್ಟುತ್ತಾರೆ.

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳ ಮೂಟೆ ಕಟ್ಟುವಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಿಲ್ಲ. ಸೂಕ್ತವಾದ ಮೂಟೆಕಟ್ಟುವ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಬಹುಪಾಲು ತರಕಾರಿಗಳು ಹಾನಿಗೊಳಗಾಗುವ ಕಾರಣ ಅತ್ಯಂತ ಅಗತ್ಯವಾಗಿ ಈ ದಿಕ್ಕಿನಲ್ಲಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಬೇಕಿದೆ.

3.5.2 ಸಾರಿಗೆ :

ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದನ ಕ್ಷೇತ್ರದಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಅಲ್ಲಿಂದ ರಖಂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ, ರಖಂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದ ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಮತ್ತು ಅಲ್ಲಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ- ಹೀಗೆ ಹಲವು ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ತರಕಾರಿಗಳ ಸಾಗಾಟವಾಗಬೇಕಾದ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಹವಾಮಾನ ವೈವಿಧ್ಯ ಮತ್ತು ಮಣ್ಣಿನ ಗುಣದಲ್ಲಿನ ಭಿನ್ನತೆಯಿಂದಾಗಿ ವಿವಿಧ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವ ಕಾರಣ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರು ಎಲ್ಲ ಕಡೆಗಳಲ್ಲಿ ಚದುರಿರುವ ಕಾರಣ, ಸಾರಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಹತ್ವ ಲಭಿಸಿದೆ. ಸುಸಜ್ಜಿತ ಸಾಗಾಟವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಗೆ ಅನಿವಾರ್ಯ ಮತ್ತು ಇದು ಬೆಲೆಗಳ ಅಂತರವನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ, ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಹಾಗೂ ಉದ್ಯೋಗ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ದುರದೃಷ್ಟದ ವಿಷಯವೆಂದರೆ ತರಕಾರಿಗಳು ಪ್ರಮಾಣಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ಶೀಘ್ರ ಹಾಳಾಗುವ ಕಾರಣ ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ಸಾಗಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೋಸ್ಕರ ರೈತರು ಶೇ.40 ರಿಂದ ಶೇ. 50ರಷ್ಟು ಖರ್ಚು ಮಾಡಬೇಕಾದ ಅನಿವಾರ್ಯತೆ ಇದೆ. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೆ ಸಂಪರ್ಕ ರಸ್ತೆಯ ಕೊರತೆ, ಸರ್ವಋತು ರಸ್ತೆಗಳ ಅಭಾವ, ಶೀಘ್ರ-ಸುರಕ್ಷಿತ-ಅಗ್ಗದ ಸಾರಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಕೊರತೆ ಮುಂತಾದುವುಗಳು ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿವೆ.

3.5.3 ವರ್ಗೀಕರಣ :

ತರಕಾರಿಗಳು ವರ್ಗೀಕರಣಗೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ವರ್ಗೀಕರಣದಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ಹೆಚ್ಚುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ರೈತರಿಗೆ ಅಧಿಕ ಬೆಲೆ ಪಾವತಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ತಗ್ಗಿಸುವುದಲ್ಲದೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ಗುಣಮಟ್ಟದ ತರಕಾರಿಗಳು ಕೈಸೇರುವಂತಾಗುತ್ತವೆ.

ಕೇಂದ್ರ ಸರಕಾರವು 'ಕೃಷಿಉತ್ಪನ್ನ (ವರ್ಗೀಕರಣ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ) ಕಾಯಿದೆಯನ್ನು (1937) ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯಪೂರ್ವದಲ್ಲೇ ಜಾರಿಗೆ ತಂದಿದೆ ಮತ್ತು ಕಾಲಕಾಲಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ತಿದ್ದುಪಡಿಗಳನ್ನು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ಕೆಲವೇ ಕೆಲವು ತರಕಾರಿಗಳು ಈ ಕಾಯಿದೆಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಒಳಪಡುತ್ತವೆ. ಅಲ್ಲದೆ ವರ್ಗೀಕರಣವನ್ನು ಕಡ್ಡಾಯಗೊಳಿಸಲಾಗಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ವಿವಿಧ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ವಿವಿಧ ಮಾನದಂಡವನ್ನು ನಿಖರವಾಗಿ ವಿಧಿಸಿಲ್ಲ. ಎಲ್ಲಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ವರ್ಗೀಕರಣದ ಕುರಿತು ರೈತರಲ್ಲಿ ಜಾಗೃತಿ ಉಂಟಾಗಿಲ್ಲ.

3.5.4 ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರ / ದಾಸ್ತಾನು ಮಳಿಗೆ :

ತರಕಾರಿಗಳು ಶೀಘ್ರ ಹಾಳಾಗುವ ಮತ್ತು ಅಲ್ಪಾಯುಷ್ಯವುಳ್ಳವುಗಳಾದ ಕಾರಣ ಸೂಕ್ತ ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ. ಶೀಥಲೀಕೃತ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದ ತರಕಾರಿಗಳು ತಮ್ಮ ತಾಜಾತನ, ಖನಿಜಾಂಶ, ವಿಟಮಿನ್, ನೀರಿನಂಶ, ಜೀವಧಾತು ಮುಂತಾದ ಜೀವಸತ್ವಗಳನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಂಡು ಬರುತ್ತವೆ. ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳು ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಅನುಭೋಗದ ಮಧ್ಯದ ಕೊಂಡಿಯಾಗಿದ್ದು ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಂಡು ಬರುವುದರ ಜತೆಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಯೋಗ್ಯ ಪಾವತಿಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. (ಚಂದ್ರ ಪೂಜಾರಿ 2006)

1928ರ ಸುಮಾರಿಗೆ ಭಾರತದ ಕೃಷಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಸರಕಾರ ಮನಗಂಡಿತ್ತು. ಮೊದಲ ಶೈತ್ಯಾಗಾರವು 1892ರಲ್ಲೇ ಕೋಲ್ಕತ್ತಾದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭಗೊಂಡಿದ್ದರೂ 1955ರವರೆಗೂ ಬೆಳವಣಿಗೆ ತೃಪ್ತಿಕರವಾಗಿರಲಿಲ್ಲ. ಅನಂತರದಲ್ಲಿ ಕೇಂದ್ರ ಸರಕಾರ, ರಾಜ್ಯ ಸರಕಾರಗಳು ಮತ್ತು ಸರಕಾರೀ ಪ್ರಾಯೋಜಿತ ಇಲಾಖೆಗಳು ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳ ನಿರ್ಮಾಣ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿವೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಅನೇಕ ಖಾಸಗೀ ಕಂಪನಿಗಳೂ ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಿವೆ. ಈಗ ಖಾಸಗಿ ಒಡೆತನದಲ್ಲಿರುವ ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳೇ ಅಧಿಕವಾಗಿವೆ. (ಸು. ಶೇ.80). ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳಲ್ಲಿ ಬಟಾಟೆಯೇ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸ್ಥಳಾವಕಾಶವನ್ನು ಅತಿಕ್ರಮಿಸುತ್ತಿದ್ದು ಇತರ ಹಣ್ಣು ಹಾಗೂ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಲಭ್ಯವಾಗುವ ಸ್ಥಳಾವಕಾಶ ತೀರಾ ಕಡಿಮೆ. ಶೈತ್ಯಾಗಾರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಬಲಪಡಿಸಲು –

1) ಉತ್ಪಾದನ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲೇ ಸುಸಜ್ಜಿತ ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆ.
2) ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಿಂದ ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆ.
3) ಖಾಸಗೀ ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳ ಚಟುವಟಿಕೆಯ ಮೇಲೆ ಸೂಕ್ತ ನಿಯಂತ್ರಣ.
4) ರೈತಗರಿಗೇ ಶೈತ್ಯಗಾರಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆಗಾಗಿ ಧನ ಸಹಾಯ ಮತ್ತು ತಾಂತ್ರಿಕ ಸಲಹೆ ನೀಡಿಕೆ.
5) ಸರಕಾರಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಿ, ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಹೆಚ್ಚಿಸಿ ಖಾಸಗಿ ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳ ಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಸುಧಾರಿಸಬೇಕು.

6) ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವಿಮಾನ ನಿಲ್ದಾಣಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಈಗಾಗಲೇ ಇರುವ ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಿ, ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಹೆಚ್ಚಿಸಿ ಸುಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕು.

ತರಕಾರಿಗಳ ಉತ್ಪಾದನ ದರದೊಂದಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ತೃಪ್ತಿಕರವಾಗಿಲ್ಲ. ಇದು ಕೂಡಾ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಬೆಲೆಗಳ ಏರಿಳಿತಕ್ಕೆ ಸ್ವಲ್ಪ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ದೀರ್ಘಕಾಲೀನ ಯೋಜನೆಯ ಮೂಲಕ ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳನ್ನು ಬಲಪಡಿಸಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ .

3.5.5. ತರಕಾರಿ ಸಂಸ್ಕರಣೆ :

ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಒಟ್ಟು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ದಾಸ್ತಾನು ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕರಣೆಯು ಮಹತ್ವವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ತರಕಾರಿಗಳ ದಾಸ್ತಾನು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ನೂತನ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು. ಬಹುಸಮಯದವರೆಗೆ ತರಕಾರಿಗಳು ಕೆಡದಂತಿರ–ಬೇಕಾದರೆ ಸುಧಾರಿತ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳ ಬಳಕೆಯಾಗಬೇಕು. ಹಾಗೆಯೇ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಸಂಸ್ಕರಿಸಿ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಸರಕನ್ನಾಗಿ ಮಾರ್ಪಡಿಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಿಡುಗಡೆಗೊಳಿಸಿದಾಗ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರತಿಫಲ ಲಭಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿದೆ.

ಸಂಸ್ಕರಿತ ತರಕಾರಿಗಳ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಇತರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸದೃಢಗೊಳಿಸುತ್ತವೆ. ತರಕಾರಿ ಸಂಸ್ಕರಣೆಯ ವಿವಿಧ ವಿಧಾನಗಳು, ಅವುಗಳ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ, ಪ್ರಯೋಜನ, ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವಿಸ್ತರಣೆ, ಗುಣಮಟ್ಟ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವ್ಯಾಪಾರದ ವಿಧಿ ವಿಧಾನಗಳು ಇಂದಿನ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳಾಗಿವೆ. (ಸಿಂಗ್ ಎನ್. ಪಿ. 2003). ಸಂಸ್ಕರಣೆಯು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಭಾಗವಾಗಿದೆ. ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಸಂಸ್ಕರಣೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಹತ್ವ ಲಭಿಸಿದ್ದು, ಇದು ತರಕಾರಿಗಳ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆಗೆ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಸಂಸ್ಕರಣೆಯು ತರಕಾರಿಗಳ ಬಾಹ್ಯ ಅಂಶಗಳಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆ ಮಾಡಿ ಹೆಚ್ಚು ಸಮಯದವರೆಗೆ ಗುಣ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಂಡು ತನ್ನ ತಾಜಾತನವನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಶೇ. 2 ರಷ್ಟು ಮಾತ್ರ ಸಂಸ್ಕರಣೆಗೆ ಒಳಗಾಗಿ ಉಪ್ಪಿನಕಾಯಿ, ಚಿಪ್ಸ್, ಪೇಸ್ಟ್, ಸಾಸ್, ಮುಂತಾದ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಾಗಿ ಮಾರ್ಪಡುತ್ತವೆ. ಮೌಲ್ಯ ವರ್ಧನೆಯ ಪ್ರಮಾಣವು ತೀರಾ ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಮಾಣದ್ದಾಗಿದೆ (ಶೇ.7) (ಜೈನ್ ಆರ್.ಕೆ. 2007) ಭಾರತದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಸಂಸ್ಕರಣಾ ಘಟಕಗಳ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವು 1981 ರಲ್ಲಿ 275 ಸಾವಿರ ಟನ್ ಇದ್ದರೆ 1996 ರಲ್ಲಿ 1910 ಸಾವಿರ ಟನ್ ಮತ್ತು 2008ರಲ್ಲಿ 42.30 ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ಗೆ ಏರಿತು. ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಘಟಕಗಳು (ಶೇ.43) ಗುಡಿ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿದ್ದು ಬೃಹತ್ ಘಟಕಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ತೀರಾ ಕಡಿಮೆ (ಶೇ.9). ಆದರೂ ಬೃಹತ್

ಸಂಸ್ಕರಣಾ ಘಟಕಗಳು ಶೇ.70 ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಸಂಸ್ಕರಿಸುತ್ತಿವೆ. ಬಹುಪಾಲು (ಶೇ.95) ಸಂಸ್ಕರಣಾ ಘಟಕಗಳು ಖಾಸಗಿ ಒಡೆತನದಲ್ಲಿವೆ. ಉಳಿದವುಗಳು ಸರಕಾರಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿವೆ.

ಸಂಸ್ಕರಿತ ತರಕಾರಿಗಳು ಹೋಟೆಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ, ರಕ್ಷಣಾವಲಯಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ರೈಲು ಹಾಗೂ ವಾಯು ಸಾರಿಗೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿವೆ. ತರಕಾರಿ ಸಂಸ್ಕರಣೆಯು ತೀರಾ ಇತ್ತೀಚೆಗಷ್ಟೇ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಹೊಂದುತ್ತಿರುವ ಕ್ಷೇತ್ರವಾದುದರಿಂದ ಇನ್ನಷ್ಟು ಬಂಡವಾಳ ಹೂಡಿಕೆ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಉಧ್ಯಮಶೀಲತೆಗಳು ಈ ದಿಕ್ಕಿನಲ್ಲಿ ಆಗಬೇಕಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಅವಕಾಶಗಳಿದ್ದು ಸರಕಾರದ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ದೊರೆತರೆ ತರಕಾರಿಗಳ ಪೋಲಾಗುವಿಕೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವುದರ ಜೊತೆಗೆ ಸಂಸ್ಕರಣ ಘಟಕಗಳಲ್ಲಿ ಉದ್ಯೋಗವಾಕಾಶ ಹೆಚ್ಚಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳ ನಿರುದ್ಯೋಗ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ತಕ್ಕ ಮಟ್ಟಿಗೆ ನಿವಾರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿದೆ.

3.5.6 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಾಹಿನಿ :

ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಗೊಂಡ ತರಕಾರಿಗಳು ಅಂತಿಮ ಗ್ರಾಹಕನ ಕೈಸೇರುವ ವಿಧಾನ, ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವ ವಿವಿಧ ಪಾತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಾಹಿನಿ ಅಥವಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೃಂಖಲೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. (ಲನ್ ಡಿ ಮತ್ತು ಇತರರು 2004) ಭಾರತದ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೃಂಖಲೆಯು ಉತ್ಪನ್ನದಿಂದ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಳೆಗಾರರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ವಾರದ ಸಂತೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ.

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು 10 ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೃಂಖಲೆಗಳು ಪ್ರಚಲಿತದಲ್ಲಿವೆ (ವರ್ಮುಡಿ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ 2001) ಅವುಗಳೆಂದರೆ.

1) ಉತ್ಪಾದಕ – ಗ್ರಾಹಕ.
2) ಉತ್ಪಾದಕ – ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟಗಾರ – ಗ್ರಾಹಕ
3) ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ – ಗ್ರಾಹಕ
4) ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ – ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿ – ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟಗಾರರು – ಗ್ರಾಹಕ
5) ಬೆಳೆಗಾರ–ಮುಂದಾಳು ಪ್ರತಿನಿಧಿ–ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿ–ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟಗಾರ–ಗ್ರಾಹಕ
6) ಬೆಳೆಗಾರ–ಮುಂದಾಳು ಪ್ರತಿನಿಧಿ–ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟಗಾರ–ಗ್ರಾಹಕ
7) ಬೆಳೆಗಾರ–ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರ–ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟಗಾರ–ಗ್ರಾಹಕ

8) ಬೆಳೆಗಾರ–ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರ–ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿ–ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟಗಾರ–ಗ್ರಾಹಕ

9) ಬೆಳೆಗಾರ–ಗುತ್ತಿಗೆದಾರ–ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿ–ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟಗಾರ–ಗ್ರಾಹಕ

10) ಬೆಳೆಗಾರ–ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿ–ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರ–ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟಗಾರ–ಗ್ರಾಹಕ

ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೃಂಖಲೆಯು ತರಕಾರಿಯಿಂದ ತರಕಾರಿಗೂ, ಪ್ರದೇಶದಿಂದ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೂ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುತ್ತದೆ.

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಪ್ರಚಲಿತದಲ್ಲಿರುವ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು 9 ವಿಧಗಳಿಂದ ಕೂಡಿದೆ (ಸಿಂಗ್ ಎಚ್.ಪಿ. 2005) ಅವುಗಳೆಂದರೆ

I ಸಗಟು ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ;

1. ಮಂಡಿಗಳು – ಇಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ದಲ್ಲಾಳಿಗಳಿಗೆ ನೇರವಾಗಿ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಈ ದಲ್ಲಾಳಿಗಳು , ಸಗಟು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಅಲ್ಲೇ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಮಾರುತ್ತಾರೆ ಇಲ್ಲವೇ ಬೇರೆಡೆಗೆ ಸಾಗಿಸುತ್ತಾರೆ.

2. ತೋಟದಲ್ಲೇ ಮಾರಾಟ – ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ದಲ್ಲಾಳಿಗಳಿಗೆ ಅಥವಾ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ತೋಟದಲ್ಲೇ (ಇನ್ನೂ ಬೆಳೆಯುವ ಹಂತದಲ್ಲಿ) ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ.

3. ಏಲಂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ – ಇಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಗರಿಷ್ಠ ಬೆಲೆ ನೀಡುವವರಿಗೆ ಏಲಂ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ.

II. **ರಖಂ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆ:** ದೀರ್ಘಕಾಲ ಬಾಳಿಕೆ ಬರುವ ಕೆಲವು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಉದಾ: ಬಟಾಟೆ, ನೀರುಳ್ಳಿ, ಗೆಣಸು, ಬೆಳ್ಳುಳ್ಳಿ ಇತ್ಯಾದಿ ಉತ್ಪಾದಕರು ನೇರವಾಗಿ ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ನೀಡುತ್ತಾರೆ.

III. **ಸಹಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆ** : ಮಧ್ಯವರ್ತಿ ರಹಿತವಾದ ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು, ಕೇವಲ ಕೆಲವೇ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ, ಕೆಲವೇ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿದೆ. ಅತ್ಯಂತ ಸುವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾದ ಈ ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಪ್ರತಿಫಲ ದೊರೆಯುತ್ತದೆ.

IV. **ಅನುಭೋಗದಾರರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆ** : ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅನುಭೋಗದಾರರಿಗೆ ಎರಡು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ.

1. ಮನೆಯಿಂದ ಮನೆಗೆ ಮಾರಾಟ : ನಗರದ ಸಮೀಪದ ಸಣ್ಣ ಬೆಳೆಗಾರರು ತಾಜಾ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸುಲಭವಾಗಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ.

2. ರಸ್ತೆ ಬದಿ ಮಾರಾಟ : ಬೆಳೆಗಾರರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಸಮೀಪದ ರಸ್ತೆಗಳಲ್ಲಿ ತಾಜಾ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಇಲ್ಲಿ ಉಪಭೋಗದಾರರ ಜತೆಗೆ ಸಗಟು ಖರೀದಿದಾರರು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುತ್ತಾರೆ.

V. **ಸಣ್ಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಮಾರಾಟ** : ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಮೀಪದ ಪಟ್ಟಣಗಳ ಸಣ್ಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುತ್ತಾರೆ.

VI. **ವಾರದ ಸಂತೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ** : ಈ ವಾರದ ಸಂತೆಗಳಲ್ಲಿ ಹಳ್ಳಿ ಯಾ ಪಟ್ಟಣಗಳಲ್ಲಿ ವಾರದ ನಿಗದಿತ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ವಾರದ ಸಂತೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ಪಾದಕರು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ತಂದು ನೇರವಾಗಿ ಉಪಭೋಗದಾರರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ.

VII. **ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಮಾರಾಟ:** ಇದು ಸರಕಾರಿ ಪ್ರಾಯೋಜಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ. ಬೆಲೆಗಳು ಬಹಳಷ್ಟು ಸ್ಥಿರವಾಗಿದ್ದು ಬೃಹತ್ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳ ವಿನಿಮಯ ನಡೆಯುತ್ತದೆ. ರಖಂ ಖರೀದಿದಾರರು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಿ ನಂತರ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ.

VIII. **ಸಂಸ್ಕರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ** : ಉತ್ಪಾದಕರು ತರಕಾರಿ ಸಂಸ್ಕರಣಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಅವುಗಳ ಬೇಡಿಕೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಪ್ರಸ್ತುತ ಸೀಮಿತ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ, ಸೀಮಿತ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಲಭಿಸುತ್ತದೆ.

IX. **ರಫ್ತು ಮಾರಾಟ** : ಅತ್ಯುನ್ನತ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಆಯ್ದ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ರಫ್ತು ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇದೆ. ಗುಣಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ತಾಜಾತನವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಲ್ಲ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ವಿದೇಶಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕಲ್ಪಿಸಲು ರಫ್ತು ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇದೆ.

3.6 ಭಾರತೀಯ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ವಿದೇಶಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ :

ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಭಾರತವು ಜಾಗತಿಕವಾಗಿ ಎರಡನೇ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದರೂ ಕೇವಲ ಶೇ. 2 ರಷ್ಟು ತರಕಾರಿಗಳು ಮಾತ್ರ ಸಂಸ್ಕರಿತಗೊಂಡು ವಿದೇಶಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರವೇಶಿಸುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಶೇ. 25 ರಿಂದ ಶೇ. 30 ರಷ್ಟು ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮತ್ತು ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಕೊರತೆಯಿಂದ ಪೋಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಭಾರತೀಯ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ವಿದೇಶಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ಸಾಕಷ್ಟಿದೆ. 1998 ರಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ರಫ್ತು ವ್ಯಾಪಾರದಿಂದ ಭಾರತ ಗಳಿಸಿದ ಆದಾಯವು ರೂ. 102 ಕೋಟಿಗಳಾಗಿದ್ದು 2001 ರಲ್ಲಿ ಇದು ರೂ 190 ಕೋಟಿಗಳಿಗೇರಿತು. ಇನ್ನುಳಿದಂತೆ ಇದೇ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಒಣ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕರಿತ ತರಕಾರಿ, ಹಾಗೂ ಹಣ್ಣು ತರಕಾರಿಗಳ ರಫ್ತು ವ್ಯಾಪಾರದ ಆದಾಯವೂ ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಏರಿದೆ.

Agricultural and Processed Food Products Exports Development Authority (APEDA) ಗಮನಿಸಿದಂತೆ ಭಾರತದ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಸಾಕಷ್ಟು ವಿದೇಶಿ

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿವೆ. ಸಾಂಪ್ರದಯಿಕ ತರಕಾರಿಗಳಾದ ನೀರುಳ್ಳಿ, ಬಟಾಟೆ, ಹಾಗಲಕಾಯಿ, ಮೆಣಸು, ಬದನೆ ಮತ್ತು ಅಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ತರಕಾರಿಗಳಾದ ಬಟಾಣಿ, ಜೋಳ, ಸೌತೆಕಾಯಿ, ಅವರೆ ಕಾಯಿ ಮುಂತಾದವುಗಳಿಗೆ ಜಾಗತಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕ ಬೇಡಿಕೆಯಿದೆ.

ಭಾರತವು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಮಲೇಶಿಯಾ, ಸಿಂಗಾಪುರ, ಮಧ್ಯಪ್ರಾಚ್ಯ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಿಗೆ, ಶ್ರೀಲಂಕಾ, ಬಾಂಗ್ಲಾದೇಶ ಪಾಕಿಸ್ಥಾನ, ನೇಪಾಲ ಮುಂತಾದ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಿಗೆ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ರಫ್ತುಮಾಡುತ್ತಿದೆ. ಬಾಳ್ವಿಕೆ ಬರುವ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಜಲಸಾರಿಗೆಯ ಮೂಲಕವೂ ಶೀಘ್ರವಾಗಿ ಕೆಡುವ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ವಾಯು ಸಾರಿಗೆಯ ಮೂಲಕವೂ ರಫ್ತು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಗುಣಮಟ್ಟ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ, ನಿರಂತರ ಪೂರೈಕೆ, ಶ್ರೇಷ್ಠ ದರ್ಜೆಯ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕರಣೆ, ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ರಫ್ತು ಉದ್ಯಮಕ್ಕೆ ಅತ್ಯಗತ್ಯ. ಸರಕಾರ ಮತ್ತು ಸರಕಾರೇತರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಸಹಭಾಗಿತ್ವ ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ತೀರಾ ಅನಿವಾರ್ಯ.

3.7 ಮುಕ್ತಾಯ :

ಭಾರತದ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ವಿಶಿಷ್ಟವೂ, ವೈವಿಧ್ಯವೂ, ಸಂಕೀರ್ಣವೂ ಆಗಿದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಯ ಪಾತ್ರ, ಕೃಷಿವಲಯದ ಇಂದಿನ ಸ್ಥಿತಿಗತಿ, ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಮಹತ್ವ ಮುಂತಾದುವುಗಳ ಕುರಿತು ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಮುಂಚೂಣಿಯಲ್ಲಿರುವ ರಾಜ್ಯಗಳು ಹಾಗೂ ಪ್ರಾತಿನಿಧಿಕ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂ ಪ್ರಮಾಣ ಬಗ್ಗೆ ವಿವೇಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಭಾರತೀಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ, ಒಳಗೊಂಡ ವಿವಿಧ ಕಾರ್ಯ ವಿಧಾನಗಳು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೃಂಖಲೆಯ ಕುರಿತಾದ ಅಧ್ಯಯನವಿದೆ.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯಾನಂತರ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪುನರುತ್ಥಾನಕ್ಕೋಸ್ಕರ ಸರಕಾರ ಹತ್ತು ಹಲವು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಕಾರ್ಯರೂಪಕ್ಕೆ ತಂದಿದೆ. ತತ್ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ 2006 ಮಾರ್ಚ್ 31 ರಲ್ಲಿದ್ದಂತೆ ಭರತಾದಾದ್ಯಂತ 7566 ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು, 22000 ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಮತ್ತು ವಾರದ ಸಂತೆಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. (ಮಿಶ್ರಾ & ಪುರಿ 2008) ಅಲ್ಲದೆ ಸರಕಾರ–ಖಾಸಗಿ ಸಹಭಾಗಿತ್ವದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸ್ಥಾಪನೆಗೆ ಭಾರತ ಸರಕಾರದ ಕೃಷಿ ಮಂತ್ರಾಲಯವು ನಿರಂತರ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ನೀಡುತ್ತಿದೆ. ಇದುವರೆಗೂ 15ರಾಜ್ಯಗಳು ಮತ್ತು 5 ಕೇಂದ್ರಾಡಳಿತ ಪ್ರದೇಶಗಳು ತಮ್ಮ ಕೃಷಿಯುತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿ ಕಾಯಿದೆಗೆ ತಿದ್ದುಪಡಿ ತಂದು ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸುವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿವೆ. ಅಂತೆಯೇ ಗಿರಿಜನರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸುಧಾರಣೆಗಾಗಿ 1987ರಲ್ಲಿ ಸರಕಾರವು ಗಿರಿಜನರ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಿತು. ಇದು ಖಾಸಗಿ ವ್ಯಾಪಾರಿ ಕಂಪನಿಗಳು ಗಿರಿಜನರನ್ನು ಶೋಷಣೆ ಮಾಡುವುದನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟಿ ಅವರ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಯೋಗ್ಯ ಬೆಲೆದೊರಕುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ.

ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕೃಷಿ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯು ಸಹಕಾರಿ ರಂಗದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸದೃಢತೆಗೋಸ್ಕರ ಶ್ರಮಿಸುವ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿದೆ. ಖಾಸಗಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಪ್ರಥಮ ಕ್ರಾಂತಿಕಾರಿ ಯೋಜನೆ ಇ-ಚೋಪಲ್ ಐಟಿಸಿ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಪ್ರಾಯೋಜಕತ್ವದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಮೂರು ಸ್ತರಗಳಲ್ಲಿ ವಿಕೇಂದ್ರೀಕೃತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿ-ಸಂವಹನ ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತಿದೆ. (ಮಟಾನಿ ಎ.ಜಿ. 2007) 2000ನೇ ವರ್ಷದ ಜೂನ್ ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭಗೊಂಡ ಈ ಯೋಜನೆಯು ಇಂದು 9 ರಾಜ್ಯಗಳ 38 ಸಾವಿರ ಗ್ರಾಮಗಳ 3.5 ಮಿಲಿಯ ರೈತರನ್ನು ತಲುಪಿದೆ. ಇಂತಹ ಕ್ರಾಂತಿಕಾರಿ ಯೋಜನೆಗಳು ಇನ್ನೂ ಅಧಿಕಗೊಂಡು ಭಾರತದ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರವನ್ನು ಸದೃಢಗೊಳಿಸಬೇಕಿದೆ.

ಗ್ರಂಥ ಋಣ

1. ಚಂದ್ರ ಪೂಜಾರಿ, 2006 'ರೈತರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರಗಳು' ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ ಸಮಾಜ ವಿಜ್ಞಾನ ಪತ್ರಿಕೆ. ಪ್ರಸಾರಾಂಗ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ.

2. ಮೂರ್ತಿ ಟಿ.ಎಚ್. 2007, 'ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ : ಕರ್ನಾಟಕದ ಒಂದು ತೌಲನಿಕ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ' ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ, ಸ. 6(2).

3. ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ. 2000-01 ರಿಂದ 2009-10

4. AGARWAL AN, 2005 , Indian Economy : Problems of Development and Planning ; Wishwa Prakashan New Delhi

5. FOOD AND AGRICULTUTRAL ORGANISATION Annual Report 2009.

6. FOOD AND NUTRITION BOARD, Academy of Sciences National Research Council, Washington

7. KAPILA RAJ & UMA KAPILA , 2006 'Economic Development In India, Academic Foundation : New Delhi

8. LOBO NORBERT Indian Economy, Issues and Reforms Mangala Publications, Mangalore, 2009

9. LUNNDY M., Et.Al, 2004 Increasing The Competitiveness Of Market Chains for Small Holder Producers. International Center for Topicla Agriculture, Colombia

10. MATANI A.G. 2007, International Conference on Marketing and Society.

11. MISRA SK & PURI VK , 2008, Indian Economy Himalaya Publishing House, New Delhi.

12. NCERT, 2007, Indian Economic Development, NCERT Publications New Delhi.

13. RAI N & YADAV DS, 2005 'Advances in Vegetable Production. Research co. Book Centre New Delhi

14. SENGUPTA SHIVANI 2004, Indian Agriculture ABD Publishers Jaipur.

15. SINGH, H P & PREMNATH & SUDHA BUTTA, 2005 'State of Indian Farmer 11' (Horticultural Development) Ministry of Agriculture, Govt. of India.

16. SINGH N.P, 2003, Fruits and Vegetable Preservation Oxford Book Co. Jaipur

17. SINGH RAMSH. 2008 Indian Economy TATA Mc Grow Hill Publishing Co, Ltd. New Delhi,

18. SWAMINATHAN M.S.,1996 Sustainable Agriculture Towards an Evergreen Revolution.,

19. TYAGI B P, 2005 Agricultural Economics and Rural Development Jai Prakash Nates & Co. Meerut,

20. VARMUDI VIGNESHWARA, 2001 Marketing of Vegetables in India, Daya books New Delhi.

ನಾಲ್ಕನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ

(ಹಿನ್ನೆಲೆ, ಅಧ್ಯಯನ ಪ್ರದೇಶ, ಮಾದರಿ ಮತ್ತು ಪರಾಮರ್ಶೆ)

ನಾಲ್ಕನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ

(ಹಿನ್ನೆಲೆ, ಅಧ್ಯಯನ ಪ್ರದೇಶ, ಮಾದರಿ ಮತ್ತು ಪರಾಮರ್ಶೆ)

ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಸಂಶೋಧನೆಯ ಕುರಿತಾದ ಪ್ರದೇಶ, ಮಾಹಿತಿ ಮೂಲ, ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ವಿಧಾನ, ಮಾಹಿತಿಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮತ್ತು ಅಳವಡಿಕೆಯ ಕುರಿತಾದ ವಿವರಗಳನ್ನು ವಿವೇಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

4.1 ಅಧ್ಯಯನ ಪ್ರದೇಶ–ಕರ್ನಾಟಕ :

ಭೌಗೋಳಿಕವಾಗಿ ಕರ್ನಾಟಕವು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಗಾತ್ರದಲ್ಲಿ ಎಂಟನೆಯ ರಾಜ್ಯವಾಗಿದೆ. ದೇಶದ ಒಟ್ಟು ಭೂ ಪ್ರದೇಶದ ಶೇ. 7.75ರಷ್ಟನ್ನು ಕರ್ನಾಟಕವು ಹೊಂದಿದ್ದು ರಾಜ್ಯದ ಒಟ್ಟು ವಿಸ್ತೀರ್ಣವು 191976 ಚದರ ಕಿ.ಮೀ ಆಗಿದೆ. ಕರ್ನಾಟಕವು ಪೂರ್ವದಲ್ಲಿ ಆಂಧ್ರಪ್ರದೇಶ, ಉತ್ತರದಲ್ಲಿ ಗೋವಾ ಮತ್ತು ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರ, ದಕ್ಷಿಣದಲ್ಲಿ ಕೇರಳ ಮತ್ತು ತಮಿಳುನಾಡು ಮತ್ತು ಪಶ್ಚಿಮದಲ್ಲಿ ಅರಬಿ ಸಮುದ್ರದಿಂದ ಸುತ್ತುವರಿದಿದೆ. ಭೌಗೋಳಿಕವಾಗಿ ಕರ್ನಾಟಕವು 11' 31" ಮತ್ತು 18' 48" ಉತ್ತರ ಅಕ್ಷಾಂಶಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಮತ್ತು 74' 12" ಮತ್ತು 78' 40" ಪೂರ್ವ ರೇಖಾಂಶಗಳ ಮಧ್ಯೆ ವ್ಯಾಪಿಸಿದೆ. ಕರ್ನಾಟಕವು ಭಾರತದ ದಕ್ಷಿಣ ಅರ್ಧದ್ವೀಪದ ಪಶ್ಚಿಮ ಮಧ್ಯಭಾಗದಲ್ಲಿದೆ. ಉತ್ತರದಿಂದ ದಕ್ಷಿಣಕ್ಕೆ 700 ಕಿಮೀ ಮತ್ತು ಪೂರ್ವದಿಂದ ಪಶ್ಚಿಮಕ್ಕೆ 400 ಕಿಮೀ ವಿಸ್ತಾರ ಹೊಂದಿದೆ.

2011 ರ ಜನಗಣತಿಯ ಪ್ರಕಾರ ಕರ್ನಾಟಕದ ಒಟ್ಟು ಜನಸಂಖ್ಯೆಯು 6.11 ಕೋಟಿ ಮತ್ತು ಜನಸಾಂದ್ರತೆಯು ಪ್ರತಿ ಚದರ ಕಿ.ಮೀಗೆ 319. ಭಾರತದ ಒಟ್ಟು ಜನಸಂಖ್ಯೆಯ ಶೇ. 5.05ನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು 30 ಜಿಲ್ಲೆಗಳು ಮತ್ತು 29404 ಗ್ರಾಮಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.

ಕರ್ನಾಟಕವು ಬೆಚ್ಚಗಿನ ಹವಾಮಾನವನ್ನು ವರ್ಷವಿಡೀ ಹೊಂದಿದ್ದು ಸರಾಸರಿ ತಾಪಮಾನವು 21.5^0 ಸೆ. ನಿಂದ 31.7^0 ಸೆ. ಗರಿಷ್ಠ ಮತ್ತು ಕನಿಷ್ಠ ತಾಪಮಾನ 42^0ಸೆ ನಿಂದ 14^0ಸೇ ನ ಮಧ್ಯೆ ಹರಡಿಕೊಂಡಿದೆ. ರಾಜ್ಯದ ಹವಾಗುಣವು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುವಿಕೆಗೆ ಯೋಗ್ಯವಾದುದಾಗಿದೆ.

ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ವಾರ್ಷಿಕ ಸರಾಸರಿ ಮಳೆ ಪ್ರಮಾಣವು 1189 ಮಿ.ಮೀ. ಇದ್ದು ಬಿಜಾಪುರ ಜಿಲ್ಲೆಯು ಅತ್ಯಂತ ಕಡಿಮೆಯನ್ನೂ (509 ಮಿ.ಮೀ) ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯು ಅತ್ಯಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಳೆ ಬೀಳುವಿಕೆಯನ್ನು (4251 ಮಿ.ಮೀ)ಹೊಂದಿದೆ. ರಾಜ್ಯದ ಬಹುತೇಕ ಮಳೆ ಪ್ರಮಾಣವು ನೈಋತ್ಯ ಮಾನ್ಸೂನ್‌ನಿಂದ ಪ್ರಾಪ್ತವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇದು ಜೂನ್ ಪ್ರಾರಂಭದಿಂದ ಸಪ್ಟೆಂಬರ್ ತಿಂಗಳ ಅಂತ್ಯದವರೆಗೂ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಮಳೆಯನ್ನುಂಟು ಮಾಡುತ್ತಿದೆ. ಸಾಧಾರಣವಾಗಿ ಕೆಂಪು ಮಣ್ಣು ರಾಜ್ಯದಾದ್ಯಂತ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿದ್ದು ಗುಡ್ಡಗಾಡು ಮತ್ತು ಕರಾವಳಿ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಮುರ ಮಣ್ಣಿನಿಂದ ಕೂಡಿದೆ. ಉತ್ತರದ

ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ತೇವಾಂಶ ಭರಿತ ಕಪ್ಪುಮಣ್ಣು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿದ್ದು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗೆ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಶಸ್ತವಾಗಿದೆ.

ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯವು ಒಟ್ಟು 190.5 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಭೂ ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು ಅದರಲ್ಲಿ 121.82 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯಾಗಿದೆ. ಇದು ಸುಮಾರು ಶೇ. 64ರಷ್ಟಿದ್ದು 121.82 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಕೃಷಿಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ 18 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಕೃಷಿಭೂಮಿಯು ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ನಿರತವಾಗಿದೆ. ಇದು ರಾಜ್ಯದ ಒಟ್ಟು ಭೂ ಭಾಗದ ಶೇ. 9.45 ಮತ್ತು ಕೃಷಿಭೂಮಿಯ ಶೇ 14.7 ರಷ್ಟಾಗಿದೆ. 18 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಕೃಷಿಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ 6.26 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ತೋಟದ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ, 4.21 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ, 3.6 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಹಣ್ಣಿನ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ, 3.1 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಸಾಂಬಾರ ಪದಾರ್ಥಗಳ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತು 2ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಭೂ ಪ್ರದೇಶವು ವಾಣಿಜ್ಯ ಪುಷ್ಪ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ (ಕರ್ನಾಟಕ ಸರಕಾರ 2008).

2001ನೇ ಜನಗಣತಿ ಪ್ರಕಾರ ಕರ್ನಾಟಕದ ಶೇ. 56 ಜನರು ಕೃಷಿಯನ್ನೇ ಅವಲಂಬಿಸಿದ್ದಾರೆ. ರಾಜ್ಯದ ಕೃಷಿಯು ಬಹುಪಾಲು ನೈಋತ್ಯ ಮಾರುತಗಳ ಮಳೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ದೇಶದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯ ವಿಸ್ತಾರದಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕವು ಎರಡನೆಯ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಒಟ್ಟು ಕೃಷಿ ಭೂಮಿ, 30,900 ಚದರ ಕಿ.ಮೀ.ಗೆ ಮಾತ್ರ ನೀರಾವರಿ ಸೌಕರ್ಯವಿದ್ದು ಕೃಷಿಯ ಮೂರೂ ಋತುಗಳಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಕರ್ನಾಟಕದ ಪ್ರಮುಖ ಬೆಳೆಗಳೆಂದರೆ ಭತ್ತ, ರಾಗಿ, ಜೋಳ, ದ್ವಿದಳ ಧಾನ್ಯಗಳು, ತೈಲ ಬೆಳೆಗಳು ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳಾದ ತೆಂಗು, ಅಡಕೆ, ಏಲಕ್ಕಿ ಮತ್ತು ಕಾಫಿ ಮುಂತಾದವುಗಳಾಗಿವೆ.

ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಮೂರು ಋತುಗಳಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಖಾರಿಫ್– ಎಪ್ರಿಲ್ ನಿಂದ ಸಪ್ಟೆಂಬರ್ ವರೆಗೆ, ರಬಿ – ಅಕ್ಟೋಬರ್ ನಿಂದ ಡಿಸೆಂಬರ್ ವರೆಗೆ ಮತ್ತು ಬೇಸಿಗೆ – ಜನವರಿಯಿಂದ ಮಾರ್ಚ್‌ವರೆಗೆ. ಕರ್ನಾಟಕದ ಪ್ರಮುಖ ಬೆಳೆ ಭತ್ತವನ್ನು 14.16 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪಾದನೆಯು 37.17 ಮೆ.ಟನ್ ಆಗಿದೆ. ಅನಂತರ ಸುಮಾರು 8.32 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ರಾಗಿ ಬೆಳೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು 14.9 ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್ ಉತ್ಪಾದಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಜೋಳದ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ನಿರತವಾದ ಭೂ ಪ್ರದೇಶವು 13.82 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯು 18.1 ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್ ಆಗಿದೆ. ಇನ್ನುಳಿದಂತೆ ರಾಜ್ಯದ ಪ್ರಮುಖ ಬೆಳೆಗಳೆಂದರೆ ಸಜ್ಜೆ, ಮುಸುಕಿನ ಜೋಳ, ಗೋದಿ, ಕಡಲೆ, ತೊಗರಿ ಮುಂತಾದ ದ್ವಿದಳ ಧಾನ್ಯಗಳಾಗಿವೆ.

ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳಿಂದ ಬರತಕ್ಕ ಆದಾಯವು ಒಟ್ಟು ಕೃಷಿ ಆದಾಯದ ಶೇ. 40 ರಷ್ಟಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಒಟ್ಟು ಸಮಗ್ರ ಆದಾಯದ ಶೇ. 17ರಷ್ಟಾಗುತ್ತದೆ.



ನಕಾಶೆ 4.1 – ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ

4.2 ಕರ್ನಾಟಕದ ಕೃಷಿ ವಲಯಗಳು :

ಹವಾಮಾನ, ಮಳೆಯ ಪ್ರಮಾಣ, ಮಣ್ಣಿನ ಫಲವತ್ತತೆ, ಬೆಳೆಗಳ ಮಾದರಿ ಮುಂತಾದ ಭೌಗೋಳಿಕ ವಿವರಗಳಿಗೆ ಅನುಸಾರವಾಗಿ ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯವನ್ನು ಹತ್ತು ಪ್ರಮುಖ ಕೃಷಿವಲಯಗಳನ್ನಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗಿದೆ.

1. ಈಶಾನ್ಯ ಮಧ್ಯಂತರ ವಲಯ:

ಇದು ಚಿಕ್ಕ ವಲಯವಾಗಿದ್ದು ಬೀದರ್ ಜಿಲ್ಲೆ ಮತ್ತು ಗುಲ್ಬರ್ಗ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕೆಲವು ಭಾಗಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಈ ಭಾಗವು ಮುಂಗಾರು ಮಳೆ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ನಿರತವಾಗಿದೆ. ವಾರ್ಷಿಕ ಮಳೆಯ ಪ್ರಮಾಣವು 500 ಮಿ.ಮೀನಿಂದ 800 ಮಿ.ಮೀ ಮತ್ತು ಬಹುತೇಕ ಮಳೆಯು ಜೂನ್ ಮಾಹೆಯಿಂದ ಸಪ್ಟೆಂಬರ್ ಮಾಸದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಆಗುತ್ತದೆ. ಮಣ್ಣಿನ ಗುಣವು ಸಾಧಾರಣ ಕಪ್ಪು ಆವೆ ಮಣ್ಣು ಆಗಿದ್ದು ಪ್ರಧಾನ ಬೆಳೆಗಳಾದ ಭತ್ತ, ಕಬ್ಬು, ಧಾನ್ಯಗಳು, ಜೋಳ, ನೆಲಗಡಲೆ, ಹತ್ತಿ, ಮತ್ತು ತೈಲ ಬೀಜ ಮುಂತಾದವುಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

2. ಈಶಾನ್ಯ ವಲಯ :

ಈ ವಲಯವು ಗುಲ್ಬರ್ಗ, ಮತ್ತು ರಾಯಚೂರು ಜಿಲ್ಲೆಗಳಿಂದ ಕೂಡಿದೆ. ಜೂನ್‌ನಿಂದ ಸಪ್ಟೆಂಬರ್ ವರೆಗೆ ಬೀಳುವ ಮುಂಗಾರು ಮಳೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಕೆಲಸಗಳು ನಡೆಯುತ್ತಿವೆ. ವಾರ್ಷಿಕ ಮಳೆಯ ಪ್ರಮಾಣವು 600 ಮಿಮೀ ನಿಂದ 700 ಮಿ ಮೀ. ಕಡುಗಪ್ಪು ಮೆಕ್ಕಲು ಮಣ್ಣನ್ನು ಹೊಂದಿದ ಈ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಜೋಳ, ಕಡಲೆ, ತೊಗರಿ, ನೆಲಗಡಲೆ, ಹತ್ತಿ, ಭತ್ತ, ಮೆಣಸು ಮುಂತಾದ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

3. ಉತ್ತರದ ಒಣ ವಲಯ :

ಇದು ಅತ್ಯಂತ ದೊಡ್ಡ ಕೃಷಿ ವಲಯವಾಗಿದ್ದು ಬಿಜಾಪುರ, ಬಳ್ಳಾರಿ, ಮತ್ತು ರಾಯಚೂರು, ಧಾರವಾಢ ಹಾಗೂ ಬೆಳಗಾಂ ಜಿಲ್ಲೆಗಳ ಭಾಗಗಳಿಂದ ಕೂಡಿದೆ. ವಾರ್ಷಿಕ ಮಳೆಯ ಪ್ರಮಾಣವು ಕಡಿಮೆ ಇದ್ದು ಮುಂಗಾರು ಅನಿಯಮಿತ ಮತ್ತು ಅನಿರ್ಧಿಷ್ಟವಾಗಿದೆ. ಭೂಸಾರವು ಕೆಲವೆಡೆ ಕಡಗಪ್ಪು ಮರಳು ಮಿಶ್ರಿತ ಮೆಕ್ಕಲು ಗುಣದ್ದಾಗಿದ್ದು ಇನ್ನು ಕೆಲವೆಡೆ ನಸಗಪ್ಪು ಸಾಮಾನ್ಯ ಮಟ್ಟದ್ದಾಗಿದೆ. ಜೋಳ, ನೆಲಗಡಲೆ, ದ್ವಿದಳ ಧಾನ್ಯಗಳು, ಭತ್ತ, ಹತ್ತಿ, ಗೋದಿ ಮತ್ತು ಕಬ್ಬು ಮುಂತಾದ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

4. ಮಧ್ಯ ಒಣ ವಲಯ :

ಈ ವಲಯವು ಪೂರ್ತಿ ಚಿತ್ರದುರ್ಗ ಜಿಲ್ಲೆ ಮತ್ತು ತುಮಕೂರು, ದಾವಣಗೆರೆ, ಹಾಸನ ಮತ್ತು ಚಿಕ್ಕಮಗಳೂರು ಜಿಲ್ಲೆಯ ಭಾಗಶಃ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ವಾರ್ಷಿಕ ಮಳೆಯ ಪ್ರಮಾಣವು 550 ಮಿ.ಮೀ ನಿಂದ 720 ಮಿ.ಮೀ ಮತ್ತು ಮಣ್ಣಿನ ಗುಣವು ಕೆಂಪು

ಮೆಕ್ಕಲು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿಯೂ ಅಲ್ಲಲ್ಲಿ ಕಡು ಕಪ್ಪು ಆವೆ ಮಣ್ಣನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಧಾನ ಬೆಳೆಗಳೆಂದರೆ ಜೋಳ, ನೆಲಗಡಲೆ, ತೊಗರಿ, ದ್ವಿದಳ ಧಾನ್ಯಗಳು, ಭತ್ತ, ಕಬ್ಬು, ಹತ್ತಿ, ರಾಗಿ ಮತ್ತು ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಬೆಳೆಗಳು.

5. ಪೂರ್ವದ ಒಣವಲಯ:

ಇಲ್ಲಿ ಬೀಳತಕ್ಕ ಮಳೆಯ ಪ್ರಮಾಣವು ಕಡಿಮೆ ಇದ್ದರೂ ವಲಯಪೂರ್ತಿ ಸಮಾನವಾಗಿ ಹಂಚಿಕೆಯಗಿದೆ. ಪೂರ್ತಿ ಬೆಂಗಳೂರು ಮತ್ತು ಕೋಲಾರ ಜಿಲ್ಲೆ ಹಾಗೂ ತುಮಕೂರು ಜಿಲ್ಲೆಯ ಭಾಗಗಳನ್ನು ಈ ವಲಯ ಹೊಂದಿದೆ. ವಾರ್ಷಿಕ ಮಳೆಯ ಪ್ರಮಾಣವು 650 ಮಿ.ಮೀ ನಿಂದ 850 ಮಿ.ಮೀ. ಈ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ದ್ವಿದಳ ಧಾನ್ಯಗಳು, ನೆಲಗಡಲೆ, ಭತ್ತ, ರಾಗಿ, ಸೋಯಾಬೀನ್, ವಾಣಿಜ್ಯ ಪುಷ್ಪಗಳು ಮತ್ತು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

6. ದಕ್ಷಿಣದ ಒಣ ವಲಯ:

ಪೂರ್ತಿ ಮಂಡ್ಯ ಹಾಗೂ ಮೈಸೂರು, ತುಮಕೂರು ಮತ್ತು ಹಾಸನ ಜಿಲ್ಲೆಗಳ ಭಾಗಶಃ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ ಈ ವಲಯವು ಸಾಧಾರಣ ಪ್ರಮಾಣದ ಮಳೆಯನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ಬಹುತೇಕ ಕೆಂಪು ಮಣ್ಣನ್ನು ಈ ವಲಯ ಹೊಂದಿದ್ದರೆ ಅಲ್ಲಲ್ಲಿ ಫಲವತ್ತಾದ ಮೆಕ್ಕಲು ಮಣ್ಣನ್ನೂ ಹೊಂದಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ಬೆಳೆಗಳೆಂದರೆ ಭತ್ತ, ರಾಗಿ, ದ್ವಿದಳ ಧಾನ್ಯಗಳು, ನೆಲಗಡಲೆ, ತೈಲ ಬೀಜಗಳು, ಹತ್ತಿ, ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಬೆಳೆಗಳು, ಮತ್ತು ಮೇವು ಬೆಳೆಗಳಾಗಿವೆ.

7. ದಕ್ಷಿಣ ಮಧ್ಯಂತರ ವಲಯ:

ಹಾಸನ, ಮೈಸೂರು, ಶಿವಮೊಗ್ಗ ಮತ್ತು ಚಿಕ್ಕಮಗಳೂರು ಜಿಲ್ಲೆಗಳ ಭಾಗಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ ಈ ವಲಯವು ವಾರ್ಷಿಕ 700 ಮಿ.ಮೀ ನಿಂದ 1500 ಮಿ.ಮೀ ತನಕ ಮಳೆಯನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ವರ್ಷದ ಮೂರು ಋತುಗಳಲ್ಲೂ ಮಳೆಯು ಸಮಾನವಾಗಿ ಹಂಚಿಕೆಯಾಗಿದ್ದು ಬಹುತೇಕ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಕೆಂಪು ಆವೆ ಮಣ್ಣು ಇದ್ದು ಕೆಲವೆಡೆ ಕಡಿಮೆ ಫಲವತ್ತತೆಯ ಮುರ ಮಣ್ಣನ್ನೂ ಹೊಂದಿದೆ. ಜೋಳ, ದ್ವಿದಳ ಧಾನ್ಯಗಳು, ನೆಲಗಡಲೆ, ಭತ್ತ, ರಾಗಿ, ಹತ್ತಿ, ಕಬ್ಬು, ಸುಗಂಧ ಸಸ್ಯಗಳು, ತಂಬಾಕು ಮತ್ತು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳು ಇಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ಬೆಳೆಗಳು.

8. ಉತ್ತರದ ಮಧ್ಯಂತರ ವಲಯ :

ಧಾರವಾಢ, ಗದಗ, ಹಾವೇರಿ ಮತ್ತು ಬೆಳಗಾಂ ಜಿಲ್ಲೆಗಳ ಭಾಗಗಳನ್ನು ಈ ವಲಯವು ಒಳಗೊಂಡಿದ್ದು ವಾರ್ಷಿಕ ಮಳೆ ಬೀಳುವಿಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣವು 600 ಮಿ.ಮೀ ನಿಂದ 1200 ಮಿ.ಮೀ. ನಸುಗಪ್ಪು ಆವೆ ಮಣ್ಣು ಮತ್ತು ಅಷ್ಟೇ ಪ್ರಮಾಣದ ಮರಳು ಮಿಶ್ರಿತ ಕೆಂಪು ಮಣ್ಣನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು ನೆಲಗಡಲೆ, ಜೋಳ, ದ್ವಿದಳ ಧಾನ್ಯಗಳು, ಭತ್ತ, ಕಬ್ಬು,

ಗೋದಿ, ಮೇವು ಮತ್ತು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಈ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

9. ಮಲೆನಾಡು ವಲಯ :

ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲೆ ಅತಿ ವಿಶಿಷ್ಟ ಭೌಗೋಳಿಕ ಗುಣಗಳನ್ನು ಈ ವಲಯವು ಹೊಂದಿದ್ದು ಗುಡ್ಡ, ಬೆಟ್ಟ ಮತ್ತು ಕಡಿದಾದ ಕಣಿವೆಗಳು ಇಲ್ಲಿವೆ. ಉತ್ತರ ಕನ್ನಡ, ಬೆಳಗಾಂ, ಶಿವಮೊಗ್ಗ, ಚಿಕ್ಕಮಗಳೂರು, ಧಾರವಾಢ, ಕೊಡಗು ಮತ್ತು ಹಾಸನ ಹೀಗೆ ಏಳು ಜಿಲ್ಲೆಗಳ ಭಾಗಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ವಾರ್ಷಿಕ 1200 ಮಿ.ಮೀ ನಿಂದ 3700 ಮಿ.ಮೀ. ವರೆಗೆ ಮಳೆಯ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ಮಣ್ಣಿನ ಫಲವತ್ತತೆಯು ಕಡಿಮೆ ಇದ್ದು ಜೋಳ, ಕಬ್ಬು, ಧಾನ್ಯ, ರಾಗಿ, ಹತ್ತಿ, ಭತ್ತ, ಸುಗಂಧ ದ್ರವ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

10. ಕರಾವಳಿ ವಲಯ :

ರಾಜ್ಯದಲ್ಲೇ ಅತಿ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಮಾಣದ ವಾರ್ಷಿಕ ಮಳೆಯನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಈ ವಲಯವು ಉತ್ತರ ಕನ್ನಡ, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಮತ್ತು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಈ ವಲಯದ ವಾರ್ಷಿಕ ಮಳೆಯ ಪ್ರಮಾಣವು 3000 ಮಿ.ಮೀ ನಿಂದ 4700 ಮಿ.ಮೀ ವರೆಗೆ. ಕೆಂಪು ಮುರ ಮಣ್ಣನ್ನು ಈ ವಲಯವು ಹೊಂದಿದ್ದು ಕಡಿಮೆ ಫಲವತ್ತತೆಯಿಂದ ಕೂಡಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರಧಾನ ಬೆಳೆಗಳೆಂದರೆ ಭತ್ತ, ಕಬ್ಬು, ನೆಲಗಡಲೆ ಮತ್ತು ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳು.

ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಯು ಪ್ರಮುಖ ಉದ್ಯೋಗದಾತಾರ ಮತ್ತು ಆದಾಯ ಮೂಲವಾಗಿದೆ. ಪ್ರದೇಶದಿಂದ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ ಬದಲಾಗುವ ಹವಾಗುಣ ಮಣ್ಣಿನ ಫಲವತ್ತತೆ ಮತ್ತು ಮಳೆಯ ಪ್ರಮಾಣದಿದಾಗಿ ಕೃಷಿಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ತೀವ್ರ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಬಹುದು. ಕೃಷಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಈ ರೀತಿಯ ವ್ಯತ್ಯಾಸದಿಂದಾಗಿ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಅಸಮತೋಲನ ಕಾಣಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಹಲವು ಪ್ರದೇಶಗಳ ರೈತರಿಗೆ ದೊರೆತ ಸಕಾಲಿಕ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವಿನಿಂದಾಗಿ ಕೃಷಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಂಡು ಅವರ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥಾನಮಾನಗಳಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆ ಉಂಟಾಗಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿರುವ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಸಮತೋಲನಕ್ಕೆ ರಾಜ್ಯದ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಕಾರಣವಾಗಿದೆ. ಇದು ರಾಜ್ಯದ ಸಮಗ್ರ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ತೊಡಕಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿದೆ. (ಚಂದ್ರಶೇಖರ ಟಿ.ಆರ್. 2007).

ಹೀಗೆ ಕರ್ನಾಟಕದ ಕೃಷಿವಲಯವನ್ನು ಹತ್ತು ವಿಭಾಗಗಳಾಗಿ ವಿಭಜಿಸಿ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಬಹುದು. ಆಯಾಯ ಪ್ರದೇಶದ ಮಳೆ ಬೀಳುವಿಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಮಣ್ಣಿನ ಫಲವತ್ತತೆಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ ವಿವಿಧ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಈ ವಲಯಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

4.3 ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳು:

ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯವು ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ದೇಶದಲ್ಲೆ ಅತಿ ವಿಶಿಷ್ಟ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಪ್ರತ್ಯೇಕ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ ಮೊದಲ ರಾಜ್ಯ ಕರ್ನಾಟಕವಾಗಿದೆ. ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳೆಂದರೆ ತರಕಾರಿಗಳು, ಹಣ್ಣುಹಂಪಲುಗಳು, ಸಾಂಬಾರ ಬೆಳೆಗಳು, ತೋಟದ ಬೆಳೆಗಳು, ವಾಣಿಜ್ಯ ಪುಷ್ಪಗಳು ಮತ್ತು ಔಷಧಿ ಹಾಗೂ ಸುಗಂಧ ಬೆಳೆಗಳು.

ಕೋಷ್ಟಕ 4.1

ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ರಾಜ್ಯದ ಸ್ಥಾನ

ಬೆಳೆಗಳು	ರಾಜ್ಯದ ಸ್ಥಾನ
ತೋಟದ / ಸಾಂಬಾರ ಬೆಳೆಗಳು	2ನೇ ಸ್ಥಾನ
ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಹೂಗಳು	4ನೇ ಸ್ಥಾನ
ತರಕಾರಿಗಳು	7ನೇ ಸ್ಥಾನ
ಹಣ್ಣುಗಳು	8ನೇ ಸ್ಥಾನ

ಮೂಲ : ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ಅಂಕಿ-ಅಂಶಗಳ ನೋಟ 2008-09

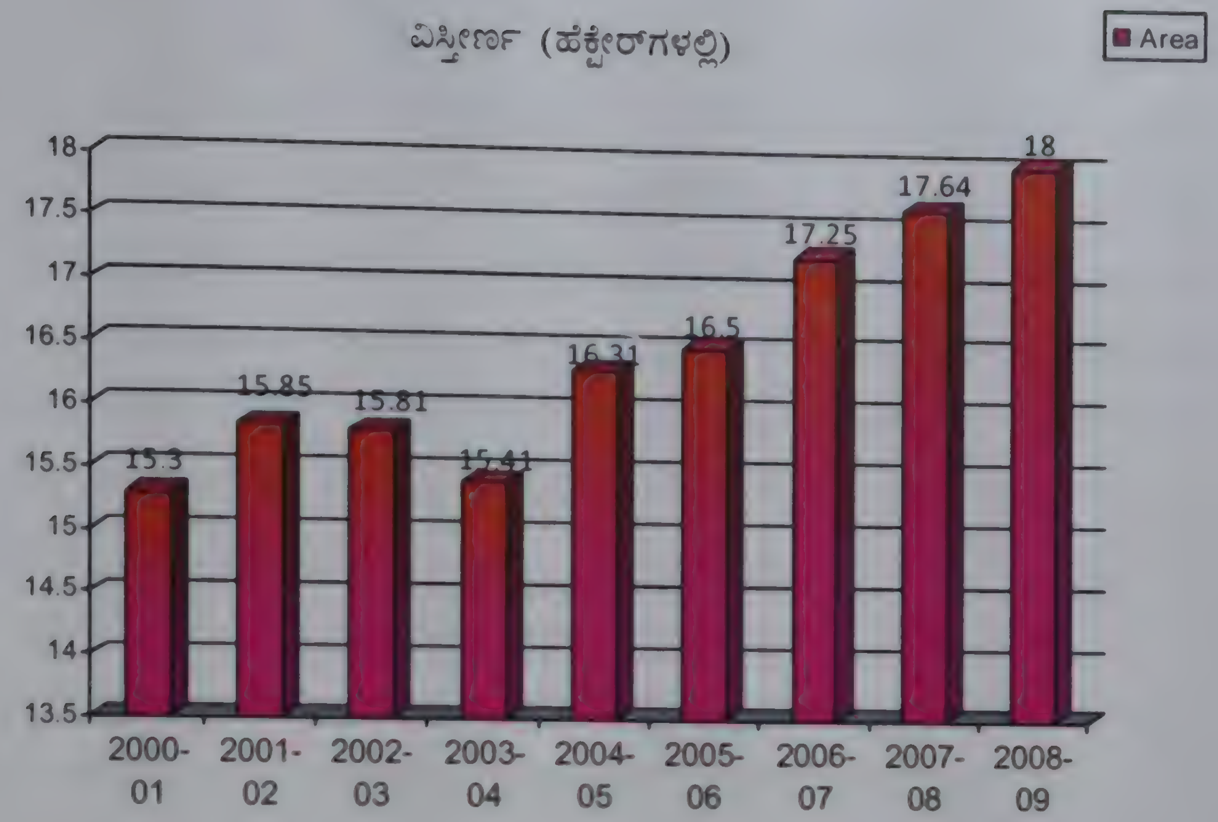
ಈ ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಂತೆ ರಾಜ್ಯವು ದೇಶದ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ರಾಜ್ಯದ ಒಟ್ಟು ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯ ಶೇ. 14.7ರಷ್ಟು ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗಿದೆ. ರಾಜ್ಯವು ಸಂಬಾರ ಬೆಳೆಗಳ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ದೇಶದಲ್ಲೇ ಎರಡನೆಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. ಆದರೆ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ಪ್ರಮುಖ ಅಡಕಗಳಾದ ತರಕಾರಿ ಮತ್ತು ಹಣ್ಣುಗಳ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಏಳು ಮತ್ತು ಎಂಟನೆಯ ಸ್ಥಾನಗಳಲ್ಲಿರುವುದು ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ಶೈಶವಾವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಹೇಳುತ್ತಿದೆ. ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳು ದಿನೇ ದಿನೇ ಪ್ರವರ್ಧಮಾನಕ್ಕೆ ಬರುತ್ತಿವೆ. ಇದು ಆಹಾರ ಬೆಳೆಗಳ ಅನಿಶ್ಚಿತತೆ, ಬೆಳೆ ಮಾದರಿಗಳಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆ, ವಾಣಿಜ್ಯ ಕೃಷಿಯತ್ತ ಒಲವು ಮತ್ತು ಕೃಷಿಕರಲ್ಲಿ ಆಧುನಿಕತೆಯತ್ತ ಉಂಟಾದ ಜಾಗೃತಿ ಮುಂತಾದವುಗಳಿಂದಾಗಿದೆ. ಆಹಾರ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ರೈತರು ಕಾರ್ಮಿಕರ ಕೊರತೆ, ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಅಲಭ್ಯತೆ ಹವಾಮಾನ ವೈಪರೀತ್ಯ, ಬೆಲೆಗಳ ತೀವ್ರ ಏರಿಳಿತ ಮುಂತಾದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳು ರೈತರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುತ್ತಿದೆ. ರಾಜ್ಯದ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ಕಂಡು ಬರುವ ವಿಚಾರವೆಂದರೆ ಒಟ್ಟು ಕೃಷಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ತೊಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳು ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಬೇಕಿದೆ.

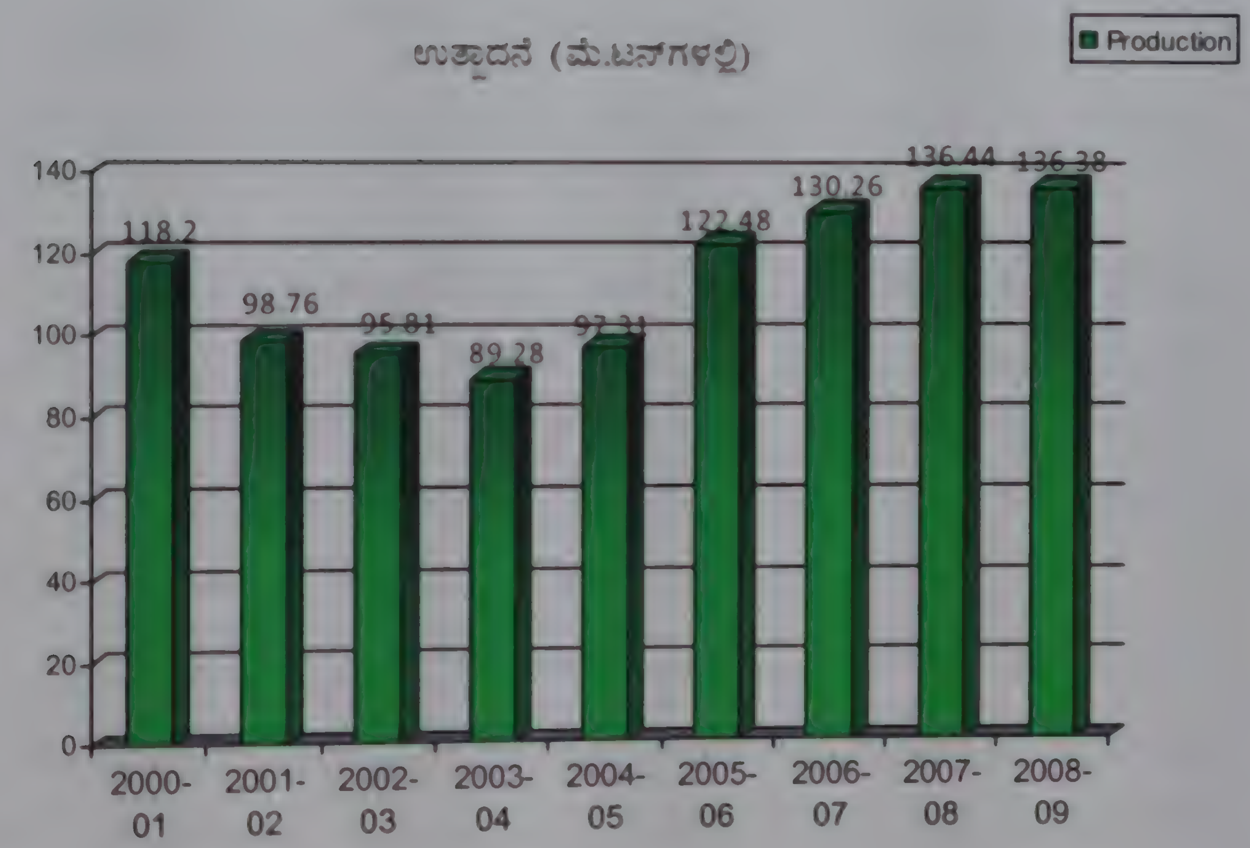
ಕೋಷ್ಟಕ 4.2

2000–01 ರಿಂದ 2008–09ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾದ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ.

	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09
ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	15.3	15.85	15.81	15.41	16.31	16.50	17.25	17.64	18.0
ಉತ್ಪನ್ನ (ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	118.2	98.76	95.81	89.28	97.31	122.48	130.26	136.44	136.38
ಉತ್ಪಾದಕತೆ (ಮೆ.ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್)	7.72	6.2	6.0	5.7	5.9	7.42	7.55	7.73	7.57

ಮೂಲ : ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09





ರೇಖಾಚಿತ್ರ 4.1
2000–01 ರಿಂದ 2008–09ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾದ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ

ಈ ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕ ಮತ್ತು ರೇಖಾಚಿತ್ರಗಳು ವಿವರಿಸುವಂತೆ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಪ್ರಗತಿ ಕಂಡುಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಅಧ್ಯಯನದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ಆದ ಬದಲಾವಣೆಯು ಕೇವಲ ಸೀಮಿತ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿದೆ. ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣವು 2000–01ರಲ್ಲಿ 15.3 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ನಿಂದ ನಿಧಾನವಾಗಿ ಏರಿಕೆಗೊಂಡು 2003–04ನೇ ಅವಧಿಗೆ 15.4ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ಗೆ ಏರಿತು. ಅನಂತರದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆ ಗತಿ ತೀವ್ರಗೊಂಡು 2008–09ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ 18ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ಗೆ ಏರಿತು. ಇದರಿಂದ ವ್ಯಕ್ತವಾಗುವುದೇನೆಂದರೆ ಕಳೆದ ದಶಕದ ಆರಂಭದಲ್ಲಿ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ ನಿಧಾನ ಪ್ರಗತಿ ಉಂಟಾಗಿ ಅನಂತರ ತೀವ್ರಗೊಂಡಿತು. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯು 2000–01 ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ 118ಲಕ್ಷ ಟನ್ ಇದ್ದುದು ಅನಂತರ ಕುಸಿತಗೊಂಡು 2004–05ರ ಅವಧಿಗೆ 97.31 ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕಿಳಿಯಿತು. ಅನಂತರ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಮಿಶನ್ ಯೋಜನೆಯ ಪರಿಣಾಮವೇನೋ ಎಂಬಂತೆ ಪುನಃ ಏರಿಕೆಯುಂಟಾಗಿ 2008–09ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ 136.3 ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ಗೆ ಮುಟ್ಟಿತು. ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲೂ ಕೂಡಾ ಅದೇ ರೀತಿಯ ಏರಿಳಿಕೆಯನ್ನು ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ. 2000–01 ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ 7.7 ಟನ್ ಇದ್ದ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ಕುಸಿತಗೊಂಡು 5.9ಟನ್ ಮುಟ್ಟಿತು ಮತ್ತು ತದನಂತರ ಏರಿಕೆಗೊಂಡು 7.5ಟನ್‌ಗೆ ತಲುಪಿತು.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳು ಈ ದಶಕದಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಏರಿಳಿಕೆಯನ್ನು ಅನುಭವಿಸಿವೆ.

2000–01ರಿಂದ 2008–09ರ ವರೆಗೆ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಕಗೊಂಡಿರುವ ತರಕಾರಿಗಳು, ತೋಟದ ಬೆಳೆಗಳು, ಹಣ್ಣುಗಳು ಮುಂತಾದ ಬೆಳೆಗಳ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಗಳ ಗತಿಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದಾಗ ತರಕಾರಿಗಳ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಗಳು ಇತರ ಬೆಳೆಗಳಿಗಿಂತ ಅಧಿಕ ದರದಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ಇದು ಕೋಷ್ಟಕ ಸಂಖ್ಯೆ 4.3 ರಿಂದ ವೇದ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ತರಕಾರಿಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂಪ್ರಮಾಣವು 3.7 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ನಿಂದ ನಿಧಾನವಾಗಿ ಏರಿಕೆಯಾಗಿ 2008–09ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ 4.2 ಲಕ್ಷಕ್ಕೆ ಏರಿತು. ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಮಹತ್ತರದ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡು 46.5ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ನಿಂದ 67.5ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ನ ಗುರಿ ಮುಟ್ಟಿತು. ಹಾಗೆಯೇ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ಕೂಡ 12.34 ಟನ್‌ನಿಂದ 16.04ಟನ್‌ನ ಗಡಿಯನ್ನು ತಲುಪಿತು.

ತೋಟದ ಬೆಳೆಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣವು 2000–01 ಮತ್ತು 2008–09 ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ 6.26 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ 7.87ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ, ಉತ್ಪಾದನೆಯ 3.34 ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ನಿಂದ 4.77ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ಗೂ, ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು .53ಟನ್‌ನಿಂದ .60ಟನ್‌ಗೂ ಏರಿಕೆಯುಂಟಾಯಿತು. ಆದ್ದರಿಂದ ತರಕಾರಿಬೆಳೆಗಳು ಇತರ ಬೆಳೆಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಗತಿ ಸಾಧಿಸಿವೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 4.3

ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ 2000–01ರಿಂದ 2008–09ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆದ ಪ್ರಮುಖ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯ.

(ವಿಸ್ತೀರ್ಣ(ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ), ಉತ್ಪಾದನೆ (ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ) ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)

	2000-2001			2001-2002			2002-2003		
	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಇಳುವರಿ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಇಳುವರಿ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಇಳುವರಿ
ತರಕಾರಿಗಳು	3.77	46.54	12.34	3.83	48.90	12.7	3.67	44.94	12.2
ತೋಟದ ಬೆಳೆಗಳು	6.26	3.34	.53	6.69	3.12	.46	7.02	3.5	.49
ಹಣ್ಣುಗಳು	2.61	41.65	15.9	2.57	40.29	15.6	2.55	40.39	15.8
ಸಂಬಾರ ಬೆಳೆಗಳು	2.45	4.97	2.0	2.57	4.92	1.9	2.38	5.44	2.2
ವಾಣಿಜ್ಯ ಪುಷ್ಪಗಳು	.21	1.57	7.4	.18	1.42	7.8	.18	1.47	8.1
ಔಷಧೀಯ/ಸುಗಂಧ ಗಿಡಗಳು	.01	.14	14	.02	.12	6	.01	.08	8
ಒಟ್ಟು	15.3	118.2	7.72	15.85	98.76	6.2	15.81	95.81	6.0

ಮೂಲ : ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09

2000–01 ರಿಂದ 2008–09 ರ ವರೆಗಿನ ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದ ಪ್ರಮುಖ ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಬೆಳೆಗಳ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ.

(ವಿಸ್ತೀರ್ಣ(ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ), ಉತ್ಪಾದನೆ (ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ) ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)

	2003-2004			2004-05			2005-06		
	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಇಳುವರಿ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಇಳುವರಿ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಇಳುವರಿ
ತರಕಾರಿಗಳು	3.64	41.52	11.4	3.71	44.03	11.8	4.03	67.0	16.6
ತೋಟದ ಬೆಳೆಗಳು	7.29	3.79	.51	7.31	4.96	.67	7.34	4.07	.55
ಹಣ್ಣುಗಳು	2.42	38.30	15.8	2.55	40.79	15.9	2.58	43.45	16.8
ಸಂಬಾರ ಬೆಳೆಗಳು	1.87	4.19	2.2	2.52	5.96	2.3	2.32	6.12	2.6
ವಾಣಿಜ್ಯ ಪುಷ್ಪಗಳು	.18	1.44	8	.20	1.5	7.5	.21	1.68	8
ಔಷಧೀಯ/ಸುಗಂಧ ಗಿಡಗಳು	.02	.04	2	.02	.07	3.5	.02	.17	8.5
ಒಟ್ಟು	15.41	89.28	5.7	16.31	97.31	5.9	16.50	122.48	7.42

ಮೂಲ : ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09

2000–01 ರಿಂದ 2008–09 ರ ವರೆಗಿನ ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದ ಪ್ರಮುಖ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ

(ವಿಸ್ತೀರ್ಣ(ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ), ಉತ್ಪಾದನೆ (ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ) ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)

	2006-2007			2007-2008			2008-2009		
	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಇಳುವರಿ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಇಳುವರಿ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಇಳುವರಿ
ತರಕಾರಿಗಳು	4.12	70.15	17.02	4.27	73.62	17.24	4.21	67.57	16.04
ತೋಟದ ಬೆಳೆಗಳು	7.65	4.69	.61	7.63	4.67	.61	7.87	4.77	.60
ಹಣ್ಣುಗಳು	2.78	47.36	17.0	3.0	50.0	16.6	3.18	55.34	17.4
ಸಂಬಾರ ಬೆಳೆಗಳು	2.45	6.04	2.4	2.46	6.23	2.5	2.43	6.5	2.6
ವಾಣಿಜ್ಯ ಪುಷ್ಪಗಳು	.23	1.92	8.3	.25	1.96	7.8	.27	1.98	7.3
ಔಷಧೀಯ/ಸುಗಂಧ ಗಿಡಗಳು	.02	.10	5	.02	.14	7	.04	.22	5.5
ಒಟ್ಟು	17.25	130.26	7.55	17.64	136.44	7.73	18.00	136.38	7.57

ಮೂಲ : ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09

ಈ ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕ ವಿವರಿಸುವಂತೆ 2000-01 ಮತ್ತು 2008-09ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಹೊರತಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬದಲಾವಣೆಯೇನೂ ಸಂಭವಿಸಿಲ್ಲ. ಹಣ್ಣುಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾದ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯು 2.6ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ 3.1ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೂ ಉತ್ಪಾದನೆಯು 41.6ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ನಿಂದ 55.3ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ಗೂ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು 15.9ಟನ್‌ನಿಂದ 17.4 ಟನ್‌ಗೂ ಏರಿತು. ಇದು ಒಟ್ಟು ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ಪ್ರಗತಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಹಣ್ಣಿನ ಬೆಳೆಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ತೀರಾ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿದೆ. ಸಂಬಾರ ಬೆಳೆಗಳು ಕಳೆದ 10 ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ದಾಖಲಿಸಿಲ್ಲವಾದರೂ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಅನುಭವಿಸಿದೆ. ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣವು 2.45ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ 2.46 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೂ ಉತ್ಪಾದನೆಯು 4.9ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ನಿಂದ 6.5ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ಗೂ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು 2 ಟನ್‌ನಿಂದ 2.6 ಟನ್‌ಗೂ ಏರಿಕೆ ಉಂಟಾಗಿದೆ.

ಇನ್ನುಳಿದಂತೆ ವಾಣಿಜ್ಯ ಪುಷ್ಪಗಳು, ಔಷಧೀಯ ಸಸ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಸುಗಂಧ ಗಿಡಗಳು ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ಪ್ರಗತಿಗೆ ತಮ್ಮ ದೇಣಿಗೆಯನ್ನು ನೀಡಿವೆ. ಇವುಗಳ ಒಟ್ಟು ಭೂ ಪ್ರಮಾಣವು .23ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ .31 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಅಧ್ಯಯನದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆ ಉಂಟಾಗಿದೆ. ಉತ್ಪಾಧನೆಯು 1.71ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ನಿಂದ 2.2ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ಗೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು 7.4 ಟನ್‌ನಿಂದ 8.3ಟನ್‌ಗೂ ಏರಿತು.

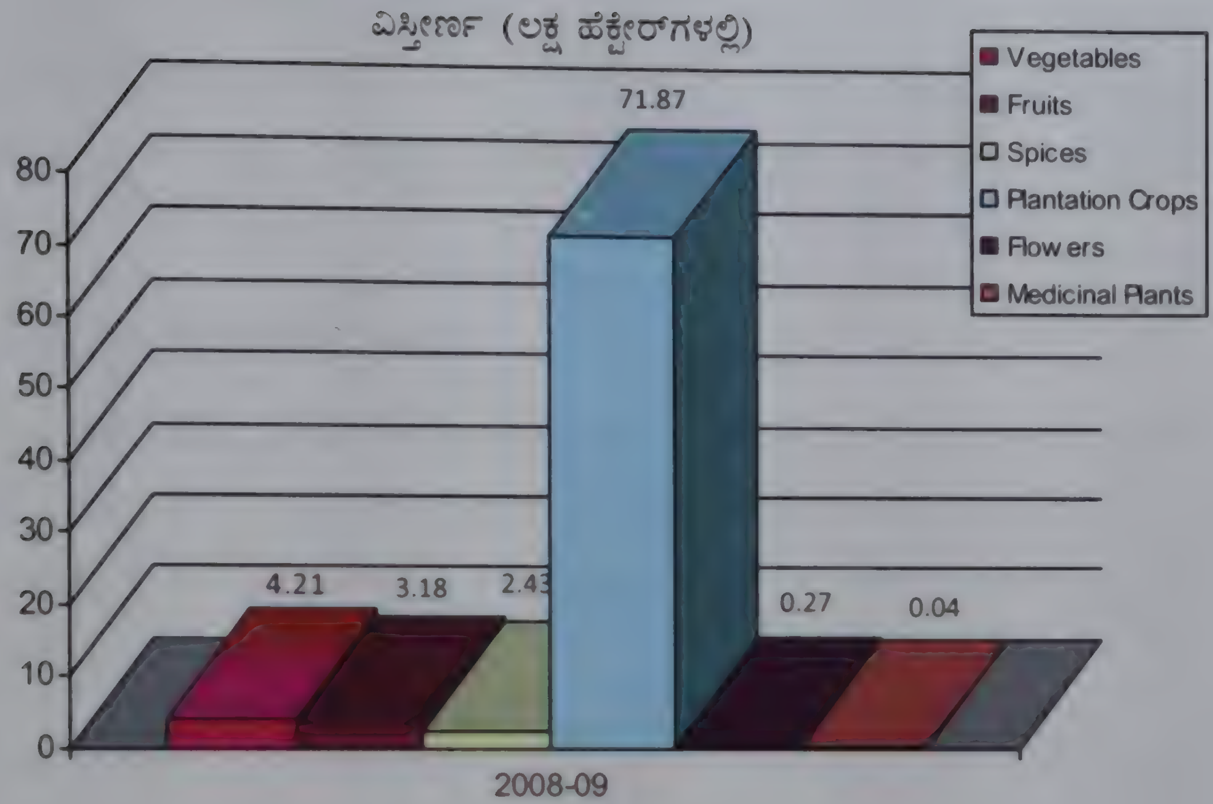
2008-09ರಲ್ಲಿ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾದ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಈ ಕೆಳಗಿನಂತಿದೆ.

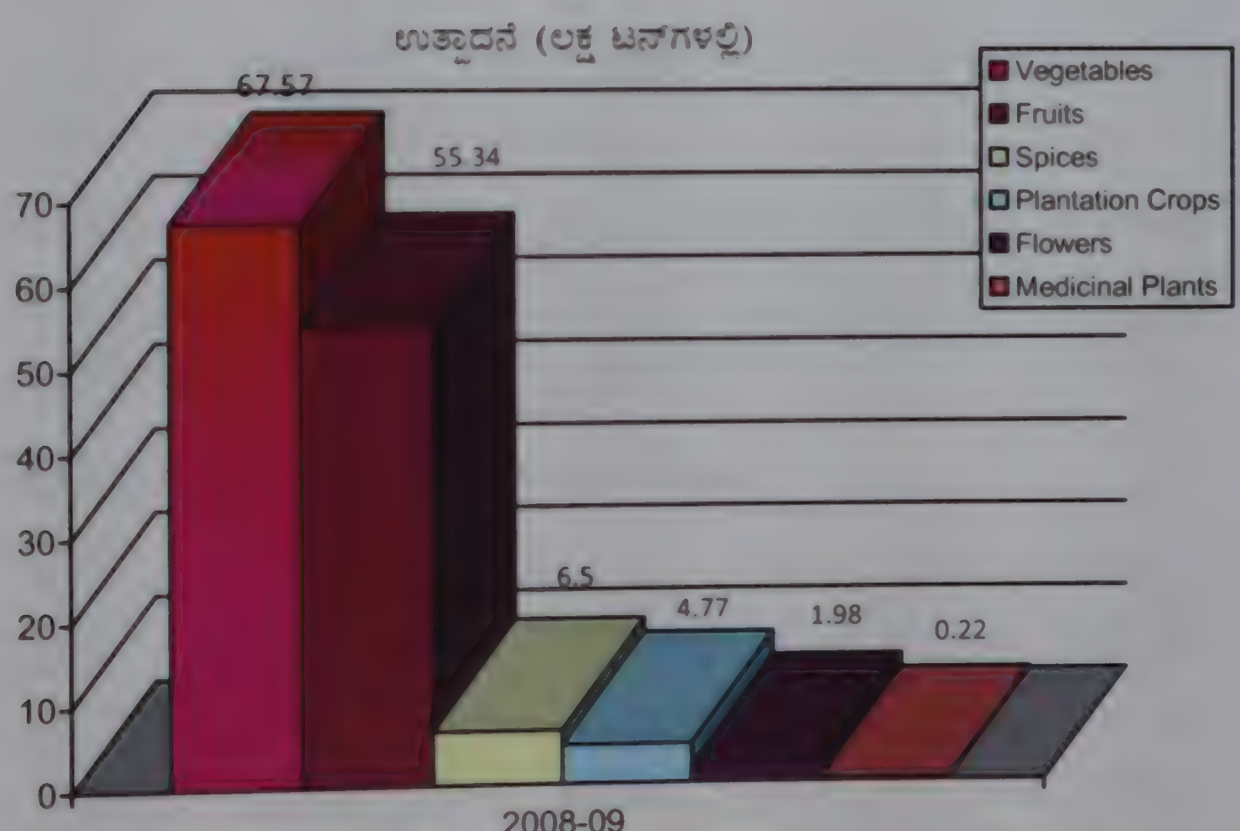
ಕೋಷ್ಟಕ 4.4

ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ 2008-09ರ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ.

ಬೆಳೆಗಳು	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್)	ಉತ್ಪನ್ನ (ಲಕ್ಷ ಟನ್)	ಉತ್ಪಾದಕತೆ (ಲಕ್ಷ ಟನ್)
ತರಕಾರಿಗಳು	4.21	67.57	16.04
ಹಣ್ಣುಗಳು	3.18	55.34	17.4
ಸಾಂಬಾರ ಬೆಳೆಗಳು	2.43	6.50	2.67
ತೋಟದ ಬೆಳೆಗಳು	73.87	4.77	.60
ವಾಣಿಜ್ಯ ಪುಷ್ಪಗಳು	0.27	1.98	7.3
ಔಷಧಿ / ಸುಗಂಧ ಬೆಳೆಗಳು	0.04	0.22	5.5
ಒಟ್ಟು	18.00	136.38	7.57

ಮೂಲ : ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ಅಂಕಿ-ಅಂಶಗಳ ನೋಟ 2008-09





ರೇಖಾಚಿತ್ರ 4.2

ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ 2008-09ರ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ

ಈ ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕ ಮತ್ತು ರೇಖಾಚಿತ್ರಗಳು ವಿವರಿಸುವಂತೆ ರಾಜ್ಯದ ಒಟ್ಟು ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣದ ಶೇ. 23ರಷ್ಟು (4.21 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್) ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗಿದ್ದು ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಒಟ್ಟು ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಶೇ. 49.5 (67.57ಲಕ್ಷ ಟನ್) ಆಗಿದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ರಾಜ್ಯದ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯು ಮಹತ್ವದ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

4.3.1 ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಮಿಶನ್ :

ಭಾರತದ ಕೇಂದ್ರ ಸರಕಾರವು ಪ್ರಾಯೋಜಿಸಿದ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಮಿಶನ್ ಯೋಜನೆಯನ್ನು 2005–06ನೇ ಸಾಲಿನಿಂದ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು ಈ ಯೋಜನೆಯು ಏಳು ವರ್ಷಗಳ ಕಾಲ ಜ್ಯಾರಿಯಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಯೋಜನೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಉದ್ದೇಶಗಳೆಂದರೆ–

- ರಾಜ್ಯದ ಆಯಾ ಪ್ರದೇಶದ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಭೂ ಹವಾಗುಣಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಆಧಾರಿತ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರಗಳ ಮೂಲಕ ತೋಟಗಾರಿಕೆಯನ್ನು ಸರ್ವತೋಮುಖವಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವುದು.
- ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಹೆಚ್ಚಳ, ಪೌಷ್ಟಿಕತೆ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಹಾಗೂ ರೈತ ಸಮುದಾಯದ ಆದಾಯ ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು ಆಗಿದೆ.

ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಮಿಶನ್ ಯೋಜನೆಯನ್ನು 2009–10ರಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಮೂವತ್ತು ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಲಾಗಿದ್ದು ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ನೀಡುವ ಹಲವು ಕಾರ್ಯತಂತ್ರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.

1. ಹೊಸ ತರಕಾರಿ ತಳಿಗಳನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸುವ ಯೋಜನೆ :

2007–08ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಲಾದ ಹೊಸ ತರಕಾರಿ ತಳಿಗಳನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸುವ ಯೋಜನೆಯ ಅನ್ವಯ 2009–10ನೇ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ರೂ. 150 ಲಕ್ಷ ಅನುದಾನದಲ್ಲಿ ರೂ. 148.45ಲಕ್ಷ ವೆಚ್ಚಮಾಡಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುವ ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಅತಿ ಸಣ್ಣ ರೈತರಿಗೆ ಸುಧಾರಿತ ಬೀಜಗಳ ವಿತರಣೆ, ತರಕಾರಿ ಬೀಜೋತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ತರಕಾರಿ ಬೀಜಗಳ ಮಾದರಿ ಸಂಗ್ರಹಣೆ ಮೊದಲಾದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

2. ಕೊಯ್ಲಿನ ನಂತರದ ನಿರ್ವಹಣೆ :

ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳು ಅತಿ ಶೀಘ್ರವಾಗಿ ಹಾಳಾಗುವುದರಿಂದ ಅವುಗಳ ಕೊಯ್ಲಿನ ನಂತರ ಜೋಪಾಸನೆಯು ಅಗತ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಂಸ್ಕರಣೆಗೆ ಮಹತ್ವ ನೀಡಿದ್ದು 'ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಸಂಸ್ಕರಣೆ' ಎಂಬ ಯೋಜನೆಯನ್ನು

ರಾಜ್ಯಸರಕಾರ ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸಿದೆ. ಈ ಯೋಜನೆಯಡಿ ಸಂಸ್ಕರಣ ಘಟಕಗಳ ನಿರ್ಮಾಣ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಧನ ಸಹಾಯ ನೀಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕೃಷಿ ವಿಕಾಸ ಯೋಜನೆಯಡಿ 2009-10 ನೇ ಸಾಲಿಗೆ ರೂ. 100 ಲಕ್ಷಗಳ ಅನುದಾನ ಬಿಡುಗಡೆಯಾಗಿದ್ದು ರೂ. 96.74 ಲಕ್ಷಗಳನ್ನು 35 ಸಂಸ್ಕರಣಾ ಘಟಕಗಳಿಗೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

3. ಶೀತಲ ಗೃಹಗಳಿಗೆ ಸಹಾಯಧನ :

ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು 79 ಶೈತ್ಯಾಗಾರಗಳಿದ್ದು ಇವುಗಳಲ್ಲಿ 68 ಖಾಸಗಿ ವಲಯದಲ್ಲಿ, 5 ಸಹಕಾರಿ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು 6 ಸಾರ್ವಜನಿಕ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ಈ ಶೀತಲ ಗೃಹಗಳು ಬಳಸುವ ಪ್ರತಿ ಯುನಿಟ್ ವಿದ್ಯುತ್‌ಚ್ಛಕ್ತಿಗೆ ರೂ. 1 ರಂತೆ ಸಹಾಯಧನ ನೀಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

4. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ :

ರಾಜ್ಯದ ರೈತರು ಬೆಳೆದಂತಹ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸೌಲಭ್ಯ ದೊರಕಿಸುವ ಸಲುವಾಗಿ ಸಹಕಾರಿ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಹಾಪ್‌ಕಾಮ್ಸ್ ಮಳಿಗೆಗಳನ್ನು ಬೆಂಗಳೂರಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲಾಯಿತು. ಅನಂತರ ಇದೇ ಮಾದರಿಯ ಬೆಳೆಗಾರರ ಮಾರಾಟ ಸಂಘಗಳನ್ನು ಇತರ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲೂ ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಹಿನ್ನಲೆಯಲ್ಲಿ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕೃಷಿ ವಿಕಾಸ ಯೋಜನೆಯಡಿ 2009-10ನೇ ಸಾಲಿಗೆ ರೂ 8.5 ಕೋಟಿ ಅನುದಾನ ಬಿಡುಗಡೆಗೊಂಡಿದ್ದು ರೂ. 91.41 ಲಕ್ಷಗಳ ಅನುದಾನವನ್ನು ವಿನಿಯೋಗಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಈ ಯೋಜನೆಗಳಲ್ಲದೆ ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗಾಗಿ ಹಲವು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾದು-ವುಗಳೆಂದರೆ –

- ತೋಟಗಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಜೈವಿಕ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳ ಅಳವಡಿಕೆ.
- ತಳಿ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಮತ್ತು ದಾಖಲಾತಿ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಏಳು ಜಾತಿಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು 2009-10ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಸಂರಕ್ಷಿಸಿ ದಾಖಲಾತಿ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.
- ಸಸ್ಯಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಅಂಗಾಂಶ ಕೃಷಿ ಹಾಗೂ ಹಸಿರುಮನೆ ತಾಂತ್ರಿಕತೆಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ.
- ಸಸ್ಯ ಪೋಷಕಾಂಶ ಮತ್ತು ಗುಣಮಟ್ಟ ನಿಯಂತ್ರಣ.
- ಜೈವಿಕ ಪರಿಕರಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆ.
- ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ವೃದ್ಧಿಸುವಿಕೆ.
- ಸಾವಯವ ತೋಟಗಾರಿಕೆ.

ಈ ಮೇಲಿನ ಬಹುರೂಪೀ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ಸಮಗ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸಂಘ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಕಾರ್ಯಪ್ರವೃತ್ತವಾಗಿವೆ.

1. ಕರ್ನಾಟಕ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಮಹಾಮಂಡಳಿ (ಕೆ.ಎಚ್.ಎಫ್) 1998ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭಗೊಂಡು 18 ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ.
2. ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಹಕಾರ ಸಂಘ (ಹಾಪ್ ಕಾಮ್ಸ್).
3. ನರ್ಸರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ ನಿಯಮಿತ.
4. ಮೈಸೂರು ಉದ್ಯಾನ ಕಲಾ ಸಂಘ.
5. ಜೈವಿಕ ಕೃಷಿಕ ಸಂಘ.
6. ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮತ್ತು ರಫ್ತು ನಿಗಮ ನಿ. (ಕಪೆಕ್)
7. ಸಣ್ಣ ರೈತರ ಕೃಷಿ ವ್ಯಾಪಾರ ಒಕ್ಕೂಟ (ಎಸ್.ಎಫ್.ಎ.ಸಿ)

4.4 ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆ :

ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯವು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ದೇಶದಲ್ಲೇ ಏಳನೆಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. ಇತ್ತೀಚೆಗಿನ ಹತ್ತು ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ನಿರತವಾದ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣವು 3.9ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ(1999–2000) 4.21 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ(2008–09) ಏರಿತು. ಇದೇ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯು 43.9ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್‌ನಿಂದ 67.5 ಲಕ್ಷ ಮೆ.ಟನ್‌ಗೆ ಹೆಚ್ಚಿತು ಮತ್ತು ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ 12.34 ಟನ್‌ನಿಂದ 16.04 ಟನ್‌ಗೆ ಏರಿಕೆಯಾಯಿತು. ಇದು ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ನಿರಂತರ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ದಾಖಲಿಸುತ್ತದೆ.

ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಆಯಾಯಾ ಪ್ರದೇಶದ ಹವಾಗುಣ, ಮಣ್ಣಿನ ಫಲವತ್ತತೆ, ಮಳೆಯ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಹಲವು ರೀತಿಯ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾದುವುಗಳೆಂದರೆ ಬಟಾಟೆ, ನೀರುಳ್ಳಿ, ಬದನೆ, ಹುರುಳಿಕಾಯಿ, ಸೌತೆ, ಸೊಪ್ಪಿನ ತರಕಾರಿಗಳು ಇತ್ಯಾದಿಗಳಾಗಿವೆ. ಈ ತರಕಾರಿಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ, ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಮತ್ತು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣವು 2000–2001 ರಿಂದ 2008–2009ರ ವರೆಗೆ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಏರಿಕೆಯಾಗಿದ್ದರೂ 2007–08 ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಹೊಸ ದಾಖಲೆಯನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿದೆ. ಇವು ಕ್ರಮವಾಗಿ 73.62ಲಕ್ಷ ಟನ್(ಉತ್ಪನ್ನ), 17.24 ಟನ್(ಉತ್ಪಾದಕತೆ), 4.27ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್(ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ) ಆಗಿದೆ.

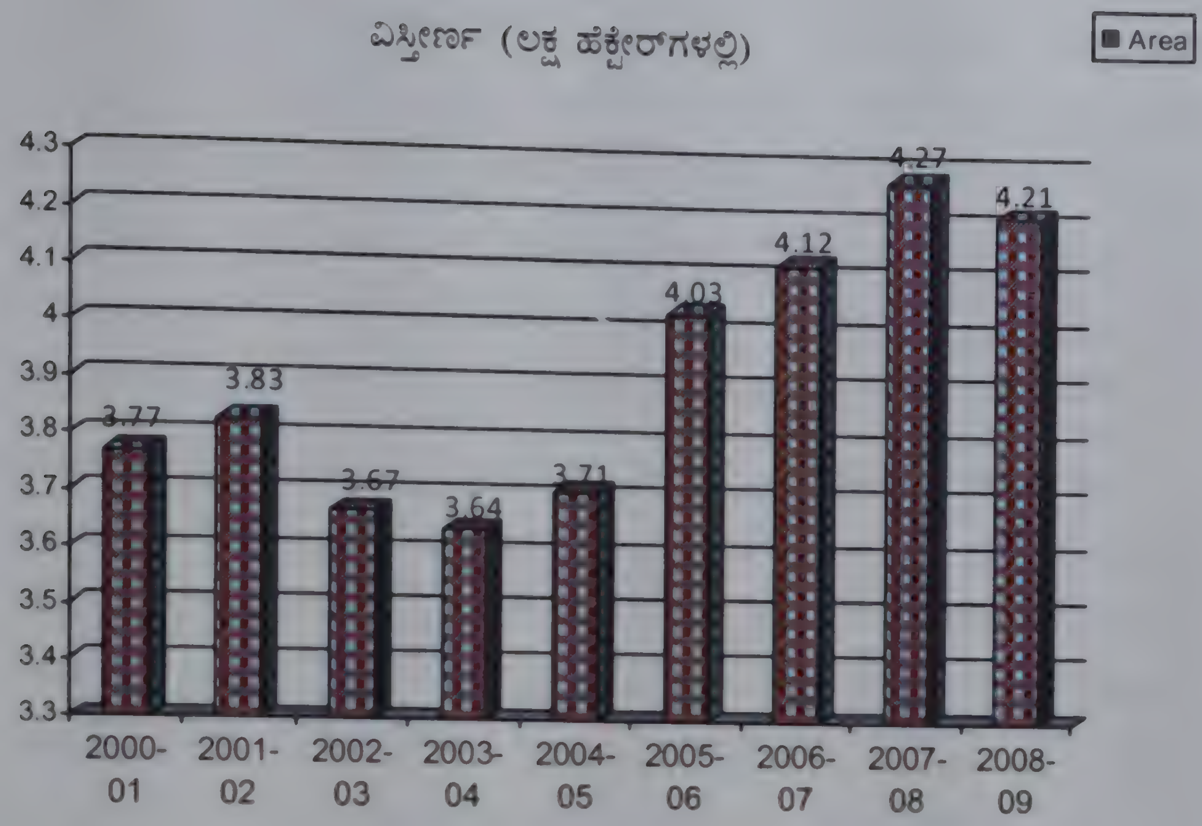
ಕೋಷ್ಟಕ 4.5

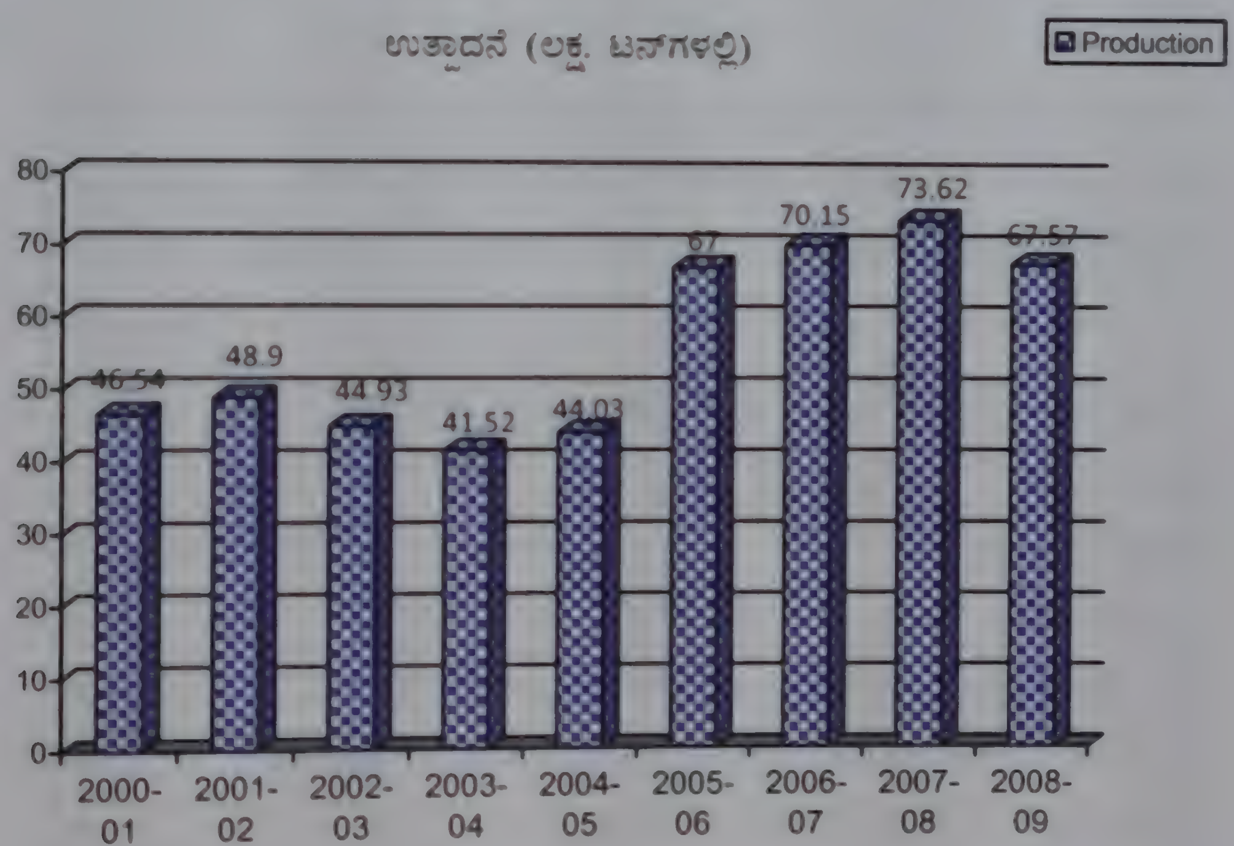
2000–01 ರಿಂದ 2008–09 ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಬಳಸಲ್ಪಟ್ಟ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ.

(ವಿಸ್ತೀರ್ಣ(ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ), ಉತ್ಪಾದನೆ (ಲಕ್ಷ ಮೆ. ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ) ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)

	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09
ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	3.77	3.83	3.67	3.64	3.71	4.03	4.12	4.27	4.21
ಉತ್ಪಾದನೆ	46.54	48.90	44.93	41.52	44.03	67.0	70.15	73.62	67.57
ಇಳುವರಿ	12.34	12.76	12.24	11.4	11.86	16.62	17.02	17.24	16.04

ಮೂಲ : ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ-ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09





ರೇಖಾಚಿತ್ರ 4.3

2000–01 ರಿಂದ 2008–09 ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಬಳಸಲ್ಪಟ್ಟ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ

ಈ ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕ ಮತ್ತು ರೇಖಾಚಿತ್ರಗಳು ವಿವರಿಸುವಂತೆ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಕಳೆದ ಹತ್ತು ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯು ಗಮನಾರ್ಹ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಿದೆ. 2000-01 ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದ ಭೂ ಪ್ರಮಾಣವು 3.7ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಾಗಿದ್ದು ಅನಂತರ ನಿಧಾನವಾಗಿ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿ 2004-05ರ ನಂತರ ತೀವ್ರ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿ 2008-09ರಲ್ಲಿ 4.2ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳನ್ನು ತಲುಪಿತು. ಮಧ್ಯದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಹವಾಮಾನ ವೈಪರೀತ್ಯ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಉತ್ತೇಜಕಗಳ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಒಮ್ಮೆಗೆ ಇಳಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದರೂ ಅನಂತರ ಚೇತರಿಸಿಕೊಂಡಿತು.

ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ 46.5 ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ನಿಂದ 67.5ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ಗೆ ಏರಿತು. ಇದೊಂದು ಗಮನಾರ್ಹ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಕಾಲಿಕ ಪ್ರಗತಿಯಾಗಿದೆ. ಇದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಇಳುವರಿಯಲ್ಲೂ ಕೂಡ ಅದ್ಭುತ ಹೆಚ್ಚಳವನ್ನು ಸಾಧಿಸಲಾಗಿದೆ. 2000-01ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಇಳುವರಿಯು 12.3ಟನ್ ಇದ್ದುದು 2008-09ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ 16.04ಟನ್‌ಗೆ ಏರಿತು. ಮಧ್ಯಂತರದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಅಂದರೆ 2006-07ರ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು 17.02ಟನ್‌ಗಳ ಸಾರ್ವಕಾಲಿಕ ದಾಖಲೆಯನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿತು.

ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮಾಣಾತ್ಮಕ ಪ್ರಗತಿ ಉಂಟಾದಂತೆ ಗುಣಾತ್ಮಕ ಏರಿಕೆಯು ಉಂಟಾಗಿದೆ. 2005-06 ಮತ್ತು 2009-10ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಸಲಾದ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯನ್ನು ಗಮನಿಸುವಾಗ ಈ ಅಂಶ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ. ಕರ್ನಾಟಕದ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ನೀರುಳ್ಳಿಯು ಅಗ್ರಸ್ಥಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಅನಂತರದ ಸ್ಥಾನಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ ಟೋಮೇಟೋ, ಬಟಾಟೆ, ಬದನೆ ಮತ್ತಿತರ ತರಕಾರಿಗಳಿವೆ.

ಈ ಐದು ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳಲ್ಲಿ ಉಂಟಾದ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ನೀರುಳ್ಳಿಯ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣವು ಅಧ್ಯಯನದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ನಿರಂತರ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡಿದೆ. 2005-06ರಲ್ಲಿ 1.4ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಇದ್ದುದು ಕ್ರಮವಾಗಿ 1.5ಲಕ್ಷ, 1.6 ಲಕ್ಷ ಮತ್ತು ಕೊನೆಗೆ 2009-10ರಲ್ಲಿ 1.4 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ತಲುಪಿತು. ಟೋಮೇಟೋ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂ ಪ್ರಮಾಣವು 43 ಸಾವಿರ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ ಏರಿಕೆಯಾಗಿ 53ಸಾವಿರದ ಗಡಿಯನ್ನು ತಲುಪಿ ಪುನಃ 48ಸಾವಿರ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ ಅಂತ್ಯಗೊಂಡಿತು. ಇನ್ನುಳಿದಂತೆ ಬಟಾಟೆಯ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣವು 75ಸಾವಿರ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ 81ಸಾವಿರ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೂ ಬದನೆಯ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣವು 14ಸಾವಿರ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ 15ಸಾವಿರ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೂ ಹೆಚ್ಚಿತು.

ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣದ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕಿಂತ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಾದ ಹೆಚ್ಚಳವು ಹೆಚ್ಚು ಗಮನಾರ್ಹ. ಈರುಳ್ಳಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯು 26ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ನಿಂದ ಏರಿಳಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿ 30ಲಕ್ಷ ಟನ್ ತಲುಪಿ 22 ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ಗೆ ನಿಂತಿತು. ಬಟಾಟೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ 7.2ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ನಿಂದ 4.6ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ಗೆ ಇಳಿಕೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ಬದನೆಯು 3.2ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ನಿಂದ 3.7ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ಗೂ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡಿತು.

ಕೋಷ್ಟಕ 4.6

2005–06 ರಿಂದ 2009–10 ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಬಳಸಲ್ಪಟ್ಟ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ.

(ವಿಸ್ತೀರ್ಣ(000ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ), ಉತ್ಪಾದನೆ (000ಮೆ.ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)

	2005-06		2006-07		2007-08		2008-09		2009-10	
	ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ
ಬದನೆ	14.2	325.7	19.2	467.9	14.9	362.0	15.3	372.9	15.7	372.7
ಕ್ಯಾಬೇಜ್	6.7	142.6	7.3	150.8	8.2	170.2	8.6	178.7	8.9	176.2
ಕಾಲಿಫ್ಲವರ್	3.3	56.2	3.7	66.0	4.1	74.2	4.3	77.9	5.0	89.5
ಟೊಮೇಟೋ	43.7	1267.9	46.1	1315.7	50.9	1498.8	53.4	1573.8	48.3	1580.0
ಈರುಳ್ಳಿ	149.9	2644.8	152.3	1184.9	157.3	2887.4	165.1	3031.8	141.3	2266.2
ಬಟಾಟೆ	75.8	725.3	65.5	682.1	67.9	572.4	71.6	606.3	81.1	460.3
ಸಿಹಿಗೆಣಸು	3.0	35.8	3.1	39.1	2.8	34.1	2.8	34.8	2.4	30.9
ಮರಗೆಣಸು	1.1	12.6	1.4	18.9	1	12.1	1.0	13.0	1.0	13.1
ಬಟಾಣಿ	1.0	14.2	1.4	19.0	1.5	15.9	1.6	16.7	1.6	18.1
ಕರ್ನಾಟಕ	403.4	6704.2	412.0	5478.5	427.4	7367.1	448.0	7724.9	441.2	7082.2

ಮೂಲ : ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2005–06 ರಿಂದ 2009–10

4.5 ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಸಾಮಾಜಿಕ–ಆರ್ಥಿಕ ಮಾಹಿತಿಯ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ನೋಟ

ಉಡುಪಿಯು ಇತಿಹಾಸ ಪೂರ್ವಕಾಲದಿಂದಲೂ ಮಾನವನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಕೇಂದ್ರವಾಗಿತ್ತು. ಕ್ರಿ.ಶ. ಆರಂಭದಿಂದಲೇ ಆಳುಪ ಮನೆತನದ ಅರಸರು ಜಿಲ್ಲೆಯನ್ನು ಆಳುತ್ತಿದ್ದರೂ ಶಾಸನಿಕ ದಾಖಲೆಗಳು ಸುಮಾರು ಕ್ರಿ.ಶ 7ನೇ ಶತಮಾನದಲ್ಲಿ ಆಳುಪರ ಆಳ್ವಿಕೆಯನ್ನು ದೃಢೀಕರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ ಮಂಗಳೂರು ಮತ್ತು ಉದ್ಯಾವರವು ಆಳುಪರ ರಾಜಕೀಯ ಕೇಂದ್ರವಾಗಿತ್ತಾದರೂ ಸುಮಾರು 10–11ನೇ ಶತಮಾನದಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಾರ್ಕೂರು ಅವರ ರಾಜಕೀಯ ಚಟುವಟಿಕೆಯ ಕೇಂದ್ರವಾಗಿ ರೂಪುಗೊಂಡಿತು. ಮುಂದೆ ಅರಸು ಕವಿ ಆಳುಪೇಂದ್ರನ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ರಾಜಧಾನಿಯೂ ಆಗಿತ್ತು.

ಆಳುಪರ ನಂತರ ಜಿಲ್ಲೆಯು ಸ್ವಲ್ಪಕಾಲ ಹೊಯ್ಸಳರ ಆಳ್ವಿಕೆಗೂ ಒಳಪಟ್ಟಿತ್ತು. ಅನಂತರ ಆಳಿದ ವಿಜಯನಗರದ ಅರಸರು ಹಿಂದಿನ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯನ್ನು ಮಂಗಳೂರು ಹಾಗೂ ಬಾರಕೂರು ಎಂಬ ಎರಡು ವಿಭಾಗಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಿದರು. ಕೆಳದಿಯ ನಾಯಕರು ಸುಮಾರು 1554 ರಿಂದ ಎರಡು ಶತಮಾನಗಳ ಕಾಲ ಜಿಲ್ಲೆಯನ್ನು ಆಳಿದರು. ಕ್ರಿ.ಶ. 1763ರಲ್ಲಿ ಬಿದನೂರು ಹೈದರಾಲಿಯ ವಶವಾದಾಗ ಜಿಲ್ಲೆಯು ಮೈಸೂರಿನ ಸುಲ್ತಾನನ ಆಳ್ವಿಕೆಗೆ ಒಳಗಾಯಿತು. ಕ್ರಿ.ಶ. 1799 ಶ್ರೀರಂಗಪಟ್ಟಣ ಯುದ್ಧದಲ್ಲಿ ಟಿಪ್ಪು ಸುಲ್ತಾನನು ಮಡಿದ ನಂತರ ಬ್ರಿಟಿಷರು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯನ್ನು ಮದ್ರಾಸ್ ಸರ್ಕಾರದ ಆಳ್ವಿಕೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸಿದರು. ಅಲ್ಲಿಂದ 1956ರಲ್ಲಿ ಮೈಸೂರು ರಾಜ್ಯ ಉದಯವಾಗುವಲ್ಲಿಯವರೆಗೂ ಮದ್ರಾಸ್ ಸರ್ಕಾರದ ಅಧೀನದಲ್ಲಿತ್ತು. (ಇರ್ವತ್ತೂರು ಉದಯ ಕುಮಾರ್ 2007)

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯು ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದ ಕರಾವಳಿ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲೊಂದಾಗಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಉತ್ತರದಲ್ಲಿ ಉತ್ತರಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆ. ಪೂರ್ವದಲ್ಲಿ ಶಿವಮೊಗ್ಗ ಹಾಗೂ ಚಿಕ್ಕಮಗಳೂರು ಜಿಲ್ಲೆಗಳನ್ನು, ದಕ್ಷಿಣದಲ್ಲಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆ ಹಾಗೂ ಪಶ್ಚಿಮದುದ್ದಕ್ಕೂ ಅರಬ್ಬಿ ಸಮುದ್ರವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.

4.6.1 ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಹಾಗೂ ಆಡಳಿತ ವಿವರಗಳು:

ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಟ್ಟು ವಿಸ್ತೀರ್ಣ 3575 ಚ.ಕಿ.ಮೀ. ಆಗಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯನ್ನು ಕುಂದಾಪುರ, ಕಾರ್ಕಳ, ಉಡುಪಿ ಎಂದು 3 ತಾಲೂಕುಗಳನ್ನಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ 9 ಹೋಬಳಿಗಳಿವೆ. 2011 ರ ಜನಗಣತಿಯ ಪ್ರಕಾರ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ 248 ಜನವಸತಿ ಇರುವ ಗ್ರಾಮಗಳಿವೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ನಗರಸಭೆ ಹಾಗೂ 2 ಪುರಸಭೆ ಹಾಗೂ 1 ಪಟ್ಟಣ ಪಂಚಾಯತ್‌ಗಳಿವೆ.

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಹಲವಾರು ಪ್ರೇಕ್ಷಣೀಯ ಸ್ಥಳಗಳಾದ ಸೈಂಟ್ ಮೇರಿಸ್ ದ್ವೀಪ, ಆಗುಂಬೆ ಜಲಪಾತ ಮತ್ತು ಸೂರ್ಯಾಸ್ತಮಾನ, ದೇಗುಲಗಳಾದ ಉಡುಪಿ, ಕೊಲ್ಲೂರು, ಆನೆಗುಡ್ಡೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಖ್ಯಾತ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಕೇಂದ್ರಗಳಾದ ಮಣಿಪಾಲ, ನಿಟ್ಟೆ, ಮೂಡ್ಲಕಟ್ಟೆ ಮುಂತಾದವುಗಳಿವೆ.

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ನಕಾಶೆ



ನಕಾಶೆ 4.2 – ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆ

4.6.2 ಮೇಲ್ಮೈ ಲಕ್ಷಣಗಳು:

ಜಿಲ್ಲೆಯನ್ನು ಪ್ರಾಕೃತಿಕವಾಗಿ ಕರಾವಳಿ ಪ್ರದೇಶ, ಒಳನಾಡು ಪ್ರದೇಶ ಹಾಗೂ ಪಶ್ಚಿಮ ಘಟ್ಟಗಳ ಪ್ರದೇಶ ಎಂದು 3 ವಿಭಾಗಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ಕರಾವಳಿ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಸಾರಿಗೆ ಸೌಲಭ್ಯ ಉದ್ಯೋಗಾವಕಾಶ ಇತ್ಯಾದಿ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದರಿಂದ ಜನಸಂಖ್ಯಾ ಸಾಂದ್ರತೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಭತ್ತ, ದ್ವಿದಳ ಧಾನ್ಯ, ಕಬ್ಬು, ನೆಲಗಡಲೆ, ತೆಂಗು, ಅಡಿಕೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಕುಂದಾಪುರ ಮತ್ತು ಉಡುಪಿ ತಾಲೂಕುಗಳ ಕೆಲವು ಭಾಗಗಳು ಕರಾವಳಿ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿದೆ. ಒಳನಾಡು ಪ್ರದೇಶವು ಏರುತಗ್ಗುಗಳಿಂದ ಕೂಡಿದ ಪ್ರದೇಶವಾಗಿದೆ. ಉಡುಪಿ ಹಾಗೂ ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲೂಕುಗಳ ಕೆಲವು ಭಾಗಗಳು ಈ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ತೆಂಗು ಮತ್ತು ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಪಶ್ಚಿಮ ಘಟ್ಟ ಪ್ರದೇಶವು ಕಾಡು ಪ್ರದೇಶಗಳಿಂದ ಆವೃತ್ತವಾಗಿದ್ದು ಸದಾ ಹಚ್ಚಹಸುರಾಗಿ ಕಂಗೊಳಿಸುತ್ತಿದೆ. ಕುಂದಾಪುರ ಹಾಗೂ ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲೂಕುಗಳ ಕೆಲವು ಭಾಗಗಳು ಈ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿದೆ.

4.6.3 ನದಿಗಳು :

ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಹಲವಾರು ನದಿಗಳು ಪಶ್ಚಿಮಘಟ್ಟ ತಪ್ಪಲಲ್ಲಿ ಹುಟ್ಟಿ ಪಶ್ಚಿಮಾಭಿ–ಮುಖವಾಗಿ ಹರಿದು ಅರಬ್ಬೀ ಸಮುದ್ರವನ್ನು ಸೇರುತ್ತವೆ. ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಸೀತಾ, ಸ್ವರ್ಣ, ವಾರಾಹಿ ಹಾಗೂ ಗಂಗೊಳ್ಳಿ ನದಿಗಳು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿವೆ.

4.6.4 ಜನಸಂಖ್ಯೆ :

2011ರ ಜನಗಣತಿಯ ಪ್ರಕಾರ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ 11.77 ಲಕ್ಷ ಜನಸಂಖ್ಯೆ ಇದ್ದು ಇದರಲ್ಲಿ 5.62 ಲಕ್ಷ ಗಂಡಸರು ಹಾಗೂ 6.15 ಲಕ್ಷ ಹೆಂಗಸರು ಇರುತ್ತಾರೆ. ತಾಲೂಕುವಾರು ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಉಡುಪಿ ತಾಲೂಕು ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಜನಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು (5.29 ಲಕ್ಷ) ಹೊಂದಿದ ತಾಲೂಕಾಗಿದೆ. ಹಾಗೂ ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲೂಕು ಅತೀ ಕಡಿಮೆ (2.06 ಲಕ್ಷ) ಜನಸಂಖ್ಯೆ ಹೊಂದಿದ ತಾಲೂಕಾಗಿದೆ. ಕುಂದಾಪುರ ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ 3.77 ಲಕ್ಷ ಜನಸಂಖ್ಯೆ ಇದೆ. ರಾಜ್ಯದ ಒಟ್ಟು ಜನಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯು ಶೇ. 2.10 ರಷ್ಟಾಗಿರುತ್ತದೆ.

2011ರ ಜನಗಣತಿಯ ಪ್ರಕಾರ ಸ್ತ್ರೀ ಪುರುಷರ ಅನುಪಾತವು 1093:1000 ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಇದರ ಪ್ರಮಾಣವು 964.1000 ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ 2001–2011ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಜನಸಂಖ್ಯಾ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇಕಡಾ 7.11 ರಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

4.6.5 ಜನಸಾಂದ್ರತೆ :

2011 ರ ಜನಗಣತಿಯ ಪ್ರಕಾರ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಜನಸಾಂದ್ರತೆಯು ಪ್ರತಿ ಚದರ ಕಿ.ಮೀ.ಗೆ 304 ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ತಾಲೂಕುವಾರು ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಉಡುಪಿ ತಾಲೂಕು ಅತಿ ಹೆಚ್ಚಿನ

ಜನಸಾಂದ್ರತೆ (572 ಪ್ರತಿ ಚ.ಕಿ.ಮೀ.ಗೆ) ಹಾಗೂ ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲೂಕು ಅತಿ ಕಡಿಮೆ ಜನಸಾಂದ್ರತೆ (192 ಪ್ರತಿ ಚ.ಕಿ.ಮೀ.ಗೆ) ಹೊಂದಿದ ತಾಲೂಕುಗಳು ಆಗಿರುತ್ತವೆ. ಕುಂದಾಪುರ ತಾಲೂಕಿನ ಜನಸಾಂದ್ರತೆ ಪ್ರತಿ ಚ.ಕಿ.ಮೀ ಗೆ 242 ಆಗಿರುತ್ತದೆ.

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಾರ್ಕೂರು, ಬಸ್ರೂರು, ಮಲ್ಪೆ, ಗಂಗೊಳ್ಳಿ ಮುಂತಾದ ಸ್ಥಳಗಳು ಚಾರಿತ್ರಿಕವಾಗಿ ವ್ಯಾಪಾರೀ ಕೇಂದ್ರಗಳಾಗಿದ್ದುದನ್ನು ಐತಿಹಾಸಿಕ ದಾಖಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅನಂತರದ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಆಧುನಿಕತೆಯ ಪ್ರಸರಣವಾದಂತೆಲ್ಲ ವ್ಯಾಪಾರದ ಹೊಸ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಪ್ರವರ್ಧಮಾನಕ್ಕೆ ಬಂದಿರುವುದನ್ನು ನಾವು ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಮೂಲತಃ ಭೌಗೋಳಿಕವಾಗಿ ಆಯಕಟ್ಟಿನ ಜಾಗಗಳು , ಜಲ ಯಾ ನೆಲ ಸಂಪರ್ಕ ಹೊಂದಿದ್ದ ಪ್ರದೇಶಗಳು ವ್ಯಾಪಾರೀ ಕೇಂದ್ರಗಳಾಗಿದ್ದವು. ಆದರೆ, ಆಧುನಿಕತೆಯ ಪ್ರಸರಣದ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಕೃತಿಕ ಅನನುಕೂಲತೆಗಳನ್ನು ಮೀರಿ ಯಾವುದೇ ಒಂದು ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ಉತ್ಪಾದನೆ ಯಾ ಕೈಗಾರಿಕಾ ಕೇಂದ್ರವಾಗಿ ಬೆಳೆಸುವುದು ಸಾಧ್ಯವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಇಂದು ಹಲವಾರು ಪ್ರದೇಶಗಳು ಕೈಗಾರಿಕೆ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರದ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿರುತ್ತವೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ, ಬ್ರಹ್ಮಾವರ, ಕಾರ್ಕಳ, ಹೆಬ್ರಿ, ಬೈಂದೂರು, ಗಂಗೊಳ್ಳಿ, ಮಲ್ಪೆ ಮುಂತಾದ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಪ್ರಮುಖ ವ್ಯಾಪಾರೀ ಕೇಂದ್ರಗಳಾಗಿವೆ. ಬೃಹತ್ ಪ್ರಮಾಣದ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಈಗಷ್ಟೇ ಅಸ್ತಿತ್ವ ಕಂಡುಕೊಂಡಿವೆ. ಕೃಷಿ ಆಧಾರಿತ, ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಮ ಪ್ರಮಾಣದ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ಬೆಳೆದುಬಂದಿವೆ.

4.7 ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆ:

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಯು ಈಗಲೂ ಪ್ರಧಾನ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಆಹಾರ ಬೆಳೆಗಳು, ತರಕಾರಿಗಳು, ಹಣ್ಣು ಹಂಪಲುಗಳು, ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳು, ಮತ್ತು ಪುಷ್ಪಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

4.7.1 ಆಹಾರದ ಬೆಳೆಗಳು :

ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬಹಳಷ್ಟು ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಆಹಾರದ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆಹಾರದ ಬೆಳೆಯನ್ನು ಮಳೆನೀರಿನಿಂದ, ಮತ್ತು ನೀರಾವರಿಯ ಸಹಾಯದಿಂದ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರಮುಖ ಆಹಾರದ ಬೆಳೆಗಳೆಂದರೆ ಭತ್ತ, ಹುರುಳಿ, ಉದ್ದು, ಹೆಸರು ಇತ್ಯಾದಿಗಳಾಗಿವೆ. ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಸಣ್ಣ ಭೂಹಿಡುವಳಿದಾರರು ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳತ್ತ ಒಲವು ತೋರದೆ ಆಹಾರದ ಬೆಳೆಗಳನ್ನೇ ಅವಲಂಬಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಆದರೆ ಮಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಭೂಹಿಡುವಳಿದಾರರು ಕಾರ್ಮಿಕರ ಕೊರತೆ, ಮೂಲಸೌಕರ್ಯಗಳ ಅಲಭ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳ ತೀವ್ರ ಏರಿಳಿತದಿಂದಾಗಿ ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳತ್ತ ಆಕರ್ಷಿತರಾಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಳನಾಡಿನ ಕಡಿಮೆ ಫಲವತ್ತತೆಯ ಕೆಂಪು ಮಣ್ಣು ಮತ್ತು ಮುರ ಮಣ್ಣು ಆಹಾರ ಬೆಳೆಗಳಿಗೆ ಅಷ್ಟೊಂದು ಸೂಕ್ತವಾಗದ ಕಾರಣ ಆ ಭಾಗದ ರೈತರು ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ – 4.7

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ 2008–09ನೇ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾದ ಪ್ರಮುಖ ಆಹಾರ ಬೆಳೆಗಳು

ಬೆಳೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ)	ಉತ್ಪಾದನೆ (ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)
ಭತ್ತ	61512	1,53,000
ಹುರುಳಿ	619	1,200
ಉದ್ದು	6503	2,870
ಹೆಸರು	243	530
ಅಲಸಂಡೆ	716	327
ನೆಲಗಡಲೆ	2127	4,125
ಎಳ್ಳು	102	81
ಕಬ್ಬು	23	1,28,250

ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ ಇಲಾಖೆ (2008–09)

ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಆಹಾರದ ಬೆಳೆಯ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳು ಆಕ್ರಮಿಸುತ್ತಿರುವ ಪ್ರವೃತ್ತಿಯನ್ನು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿಯೂ ಗಮನಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಬಹುದಿನಗಳವರೆಗೆ ರಕ್ಷಿಸಿಡಬಹುದಾದ ಸೌತೆ, ಕುಂಬಳಕಾಯಿ, ಚೀನಿಕಾಯಿ, ವಾದಿರಾಜ ಗುಳ್ಳ ಮುಂತಾದ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಹಲವಾರು ರೈತರು ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಿಸಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಹೊರಗಿನ ಪಟ್ಟಣಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಗಮನಿಸಬಹುದು. ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಗಟ್ಟಿಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಸ್ತ್ರೀಶಕ್ತಿ, ನವೋದಯ, ಮುಂತಾದ ಸ್ವ–ಸಹಾಯ ಗುಂಪುಗಳ ಸದಸ್ಯರೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಸುವ ಪ್ರವೃತ್ತಿಯನ್ನು ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಹಳಷ್ಟು ಕಡೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು. ಭತ್ತ ಇಂದಿಗೂ ಪ್ರಮುಖ ಆಹಾರಬೆಳೆಯಾಗಿ ಅಧಿಕ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಸಲ್ಪಡುತ್ತಿದೆ. ಮೇಲೆ ಹೆಸರಿಸಲಾದ ಬೆಳೆಗಳು ಈ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ಬೆಳೆಗಳಾಗಿವೆ.

4.7.2 ಹಣ್ಣಿನ ಬೆಳೆಗಳು :

ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾವು, ಬಾಳೆ, ಅನನಾಸು, ಚಿಕ್ಕು (ಸಪೋಟ) ಹಲಸು ಅಲ್ಲದೆ ನಿಂಬೆ ಜಾತಿಯ ಹಣ್ಣುಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಮಾವು, ಅನನಾಸು, ಬಾಳೆ, ಚಿಕ್ಕು ಹಣ್ಣುಗಳು ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸುತ್ತಿದ್ದರೆ, ಹಲಸು ಅಗಾಧ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವುದರಿಂದ ಸ್ಥಳೀಯವಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವ ಪಡೆದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಹಲವಾರು ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಮುಂಬೈ, ಅಹಮದಾಬಾದ್‌ನಂತಹ ದೂರದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಇವುಗಳ ರವಾನೆ ಬಹಳ ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿಯೇ ನಡೆಯುತ್ತದೆ. ತೀರಾ ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಹಲಸಿನ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಇಳಿಮುಖವಾಗಿರವುದನ್ನು ಗಮನಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಪ್ರಮುಖ

ಕಾರಣ ಜಿಲ್ಲೆಯಾದ್ಯಂತ ನಗರ, ಗ್ರಾಮಾಂತರ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ನಾಶವಾಗುತ್ತಿರುವ ಹಲಸಿನ ಮರಗಳು, ಹಲಸಿನ ಮರ ಬೆಳೆಯುವುದಕ್ಕೆ ವಿಶಾಲಪ್ರದೇಶದ ಅಗತ್ಯವಿದ್ದು ಇದರ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಇತರ ಯಾವುದೇ ಬೆಳೆ ಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಮಾತ್ರವಲ್ಲ ಈ ಗಿಡ, ಬೇರುಗಳು ಬಹಳ ವಿಸ್ತಾರವಾಗಿ ಹಬ್ಬುವುದರಿಂದ ಕಟ್ಟಡಗಳಿಗಿಂತ ದೂರದಲ್ಲಿ ಇದನ್ನು ನೆಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಜನದಟ್ಟಣೆಯ ಯಾ ಮನೆಯ ಸಮೀಪ ಹಲಸಿನ ಮರಗಳನ್ನು ನೆಡುವುದಿಲ್ಲ. ಒಂದೊಮ್ಮೆ ಹಳೆಯ ಮರಗಳಿದ್ದರೆ ಕಡಿಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಹಲಸಿನ ಮರ ಬಹುಪಯೋಗಿ ವೃಕ್ಷ.

ಕೋಷ್ಟಕ – 4.8

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ 2008–09ನೇ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾದ ಪ್ರಮುಖ ಹಣ್ಣಿನ ಬೆಳೆಗಳು

ಹಣ್ಣು	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಹೆಕ್ಟೇರುಗಳಲ್ಲಿ)	ಉತ್ಪಾದನೆ (ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	ಉತ್ಪಾದಕತೆ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್)
ಮಾವು	2239	20151	9
ಬಾಳೆ	1336	27570	20.6
ಅನನಾಸು	127	8255	65.0
ಸಪೋಟ	440	4640	10.5
ಹಲಸು	760	33887	44.5
ನಿಂಬೆ	45	700	15.5
ಪಪಾಯ	65	5120	78.7
ಇತರ	918	9180	10

ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ ಇಲಾಖೆ (2008–09)

4.7.3 ಸಾಂಬಾರ ಪದಾರ್ಥಗಳು :

ಗೇರು, ಅಡಿಕೆ, ತೆಂಗು, ಈ ಪ್ರದೇಶದ ಪ್ರಮುಖ ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳಾಗಿವೆ. ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ವೆನಿಲ್ಲಾ ಕೃಷಿ ರೈತರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಿದೆ. ಇವುಗಳಲ್ಲದೆ ಶುಂಠಿ, ಮೆಣಸು, ಕರಿ ಮೆಣಸು, ಹುಣಸೆ, ಅರಶಿನ, ಕೋಕಾ, ವೀಳ್ಯದೆಲೆ, ಲವಂಗ, ಜಾಯಿಕಾಯಿ, ಮುಂತಾದ ಸಾಂಬಾರ ಪದಾರ್ಥಗಳು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಮಹತ್ವದ ಬೆಳೆಗಳು. ಆಹಾರದ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುವ ರೈತರು ಒಂದು ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಹಣಕಾಸಿನ ಮೂಲವಾಗಿ ಈ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಯಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನೇ ಅವಲಂಭಿಸಿದ್ದರು. ಆದರೆ ಈಗ ಈ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಪ್ರತಿ ಕುಟುಂಬವೂ ಕೃಷಿಯೇತರ ಮೂಲಗಳಿಂದ ಆದಾಯವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಬಹಳಷ್ಟು ಬದಲಾಗಿದೆ.

ಆಹಾರದ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾದ ನೀರಿನ ಕೊರತೆ, ಮಾನವ ಶ್ರಮದ ಕೊರತೆ, ಬೀಜ ಗೊಬ್ಬರ ಇತ್ಯಾದಿ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಜನರು ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳಾದ ಸಂಬಾರ ಬೆಳೆಗಳತ್ತ ಗಮನಹರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುವ ಅಂದಾಜು ಪ್ರದೇಶದ ಮತ್ತು ಒಟ್ಟು ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಮಾಣಗಳು ಈ ಕೆಳಗಿನಂತಿವೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ – 4.9

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ 2008–09ನೇ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾದ ಪ್ರಮುಖ ಸಾಂಬಾರ ಬೆಳೆಗಳು

ಉತ್ಪನ್ನ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	ಉತ್ಪನ್ನ (ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	ಉತ್ಪಾದಕತೆ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್)
ಕರಿ ಮೆಣಸು	267	98	.37
ಹುಣಸೆಹುಳಿ	152	817	5.38
ಶುಂಠಿ	66	1280	19.3
ಅರಶಿನ	98	1166	11.9
ಮೆಣಸು	77	105	1.36
ಜಾಯಿಕಾಯಿ	71	71	1.0
ಲವಂಗ	46	78	1.7
ವೆನಿಲ್ಲಾ	118	140	1.19
ಇತರ	10	8	.8
ಒಟ್ಟು	932	3696	3.9

ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ ಇಲಾಖೆ (2008–09)

4.7.4 ತೋಟದ ಬೆಳೆಗಳು :

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಳ ಪೈಕಿ ತೋಟದ ಬೆಳೆಗಳು ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ತೆಂಗು, ಅಡಿಕೆ, ಗೊಡಂಬಿ ಮುಂತಾದ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ತೋಟದ ಬೆಳೆಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕೃಷಿಕರು ಕೊಕ್ಕೊ, ರಬ್ಬರ್ ಮುಂತಾದ ಆಧುನಿಕ ತೋಟದ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಕರಾವಳಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಳನಾಡಿನಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ ನೀರಿನ ಆಶ್ರಯವಿರುವ ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ಫಲವತ್ತತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ ಮುರ ಮಣ್ಣಿನಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಗುಡ್ಡ ಗಾಡು ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಈ ತೋಟದ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಳನಾಡಿನ ತಾಲೂಕು ಕಾರ್ಕಳ ಮತ್ತು ಕುಂದಾಪುರ ತಾಲೂಕಿನ ಪಶ್ಚಿಮ ಘಟ್ಟ ತೀರ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಿಕೆ, ತೆಂಗು ಮತ್ತು ಗೋಡಂಬಿ ಮುಂತಾದ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ವೆನಿಲ್ಲಾ ಮತ್ತು ರಬ್ಬರ್ ಬೆಳೆಯು ಜಿಲ್ಲೆಯ ರೈತರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುತ್ತಿದ್ದು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಕಡಿಮೆ ಆರೈಕೆ, ನೀರಾಶ್ರಯ, ಮಾನವ ಶ್ರಮದ ಕೊರತೆ ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಬೆಲೆಯ ಕಾರಣಗಳಿಂದಾಗಿ ರೈತರು ಈ ಬೆಳೆಗಳತ್ತ ವಾಲುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅಡಿಕೆ ಬೆಳೆಯ ಧಾರಣೆಯಲ್ಲಿ ಆಗುತ್ತಿರುವ ತೀವ್ರ ಏರಿಳಿತ

ಮತ್ತು ತೆಂಗಿನ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಕಾಡುತ್ತಿರುವ ನುಸಿ ರೋಗ ಮುಂತಾದುವುಗಳಿಂದ ಬೇಸತ್ತ ರೈತರು ಆಧುನಿಕ ತೋಟದ ಬೆಳೆಗಳ ಮೊರೆ ಹೋಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ – 4.10

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ 2008–09ನೇ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾದ ಪ್ರಮುಖ ತೋಟದ ಬೆಳೆಗಳು

ಬೆಳೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	ಉತ್ಪನ್ನ (ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	ಉತ್ಪಾದಕತೆ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್)
ಗೇರು	19929	40861	2.0
ತೆಂಗು	16011	2075	1.3
ಅಡಿಕೆ	5464	9962	1.8
ಕೊಕ್ಕೋ	117	69	.59
ವೀಳ್ಯದೆಲೆ	114	2850	25.0
ಇತರ	3101	1985	.64
ಒಟ್ಟು	44735	52973	1.18

ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ ಇಲಾಖೆ (2008–09)

4.7.5 ಪುಷ್ಪ ಕೃಷಿ :

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಮಲ್ಲಿಗೆ ಹೂವಿನ ಪರಿಮಳ ಹೆಸರುವಾಸಿ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಪುಷ್ಪ ಕೃಷಿ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರದೇಶಗಳಾದ ಬಂಟಕಲ್ಲು, ಶಿರ್ವ, ಭಟ್ಕಳ, ಬೈಂದೂರು ಮುಂತಾದ ಕಡೆಗಳಲ್ಲಿ ರೈತರು ಬಹಳ ಹಿಂದಿನಿಂದಲೇ ಪುಷ್ಪ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದ್ದರು. ಪಾರಂಪರಿಕವಾಗಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಶಂಕರಪುರ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದ ಮಲ್ಲಿಗೆಗೆ ಇರುವ ಅಗಾಧ ಬೇಡಿಕೆಯ ಕಾರಣದಿಂದ ಇತ್ತೀಚಿಗೆ ಅದು ಜಿಲ್ಲೆಯ ಇತರ ತಾಲೂಕುಗಳಲ್ಲಿಯೂ ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ವೃದ್ಧಿಸುತ್ತಿದೆ. ಬಹುಪಾಲು ಮಲ್ಲಿಗೆ ಹೂಗಳು ಅಲಂಕಾರಿಕವಾಗಿಯೂ, ಧಾರ್ಮಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗಿಸಲ್ಪಡುತ್ತಿದ್ದರೂ ಇತ್ತೀಚಿಗೆ ಸುಗಂಧ ದ್ರವ್ಯದ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಕಾರಣ ಮಲ್ಲಿಗೆ ಬೆಳೆಯು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಡುತ್ತಿದೆ. ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಸ್ವ–ಸಹಾಯ ಗುಂಪಿನ ಸದಸ್ಯರು ಸ್ವ ಉದ್ಯೋಗದ ಹಾದಿಯಲ್ಲಿ ಈ ಬೆಳೆಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಮಲ್ಲಿಗೆ ಹೂವು ಜಿಲ್ಲೆ, ರಾಜ್ಯ, ದೇಶ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲೂ ಅತ್ಯಂತ ಬೇಡಿಕೆಯಿಂದ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಉಷ್ಣ ಹವಾಗುಣದಿಂದಾಗಿ ಕೆಲವೇ ಜಾತೀಯ ಹೂವುಗಳು

ಮಾತ್ರ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದು ಮಲ್ಲಿಗೆಯ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಇತರ ಪುಷ್ಪಗಳು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿಲ್ಲ. ಆದರೂ ಇತ್ತೀಚಿಗೆ ಆಧುನಿಕ ಅಲಂಕಾರಿಕ ಪುಷ್ಪಗಳನ್ನು ಅಲ್ಲಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವ ಪುಷ್ಪೋತ್ಪಾದನೆಯ ವಿವರಗಳು ಈ ಕೆಳಗಿನಂತಿವೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ – 4.11

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ 2008–09ನೇ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾದ ಪ್ರಮುಖ ಪುಷ್ಪ ಬೆಳೆಗಳು

ಪುಷ್ಪ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	ಉತ್ಪಾದನೆ (ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	ಉತ್ಪಾದಕತೆ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್)
ಸೇವಂತಿಗೆ	72	1080	15.0
ಮಲ್ಲಿಗೆ	325	2387	7.3
ಗುಲಾಬಿ	28	56	2
ಕನಕಾಂಬರ	16	47	2.9
ಇತರ	12	96	8
	453	3636	8

ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ ಇಲಾಖೆ (2008–09)

4.7.6 ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿ :

ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ನೀರಾವರಿಯ ಸೌಲಭ್ಯದೊಂದಿಗೆ ತರಕಾರಿಯನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ತರಕಾರಿಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಂಡೆ, ಅಲಸಂಡೆ, ಕುಂಬಳಕಾಯಿ, ಚೀನಿಕಾಯಿ (ಸಿಹಿ ಕುಂಬಳ), ಸೌತೆ, ಬದನೆ, ಗೆಣಸು, ಬಸಳೆ, ಹರಿವೆ ಮುಂತಾದ ಸೊಪ್ಪುಗಳು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿವೆ. ಉಡುಪಿ ಆಸುಪಾಸಿನಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಯಾ ವಾದಿರಾಜ ಗುಳ್ಳ ತುಂಬ ಹೆಸರುವಾಸಿ.

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ವಿವಿಧ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಆಯಾಯಾ ಪ್ರದೇಶಗಳ ಹವಾಮಾನ, ಮಣ್ಣಿನ ಗುಣ ಮತ್ತು ನೀರಾವರಿ ಸೌಲಭ್ಯಕ್ಕೆ ಅನುಸಾರವಾಗಿ ಹಲವು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರದೇಶಗಳೆಂದರೆ ಉಡುಪಿ ತಾಲೂಕಿನ ಕಟಪಾಡಿ, ಕಾಪು, ಪಾಂಗಾಳ, ಪೆರಂಪಳ್ಳಿ, ಬಾರಕೂರು, ಸಾಸ್ತಾನ, ಸಾಲಿಗ್ರಾಮ ಹಿರಿಯಡಕ ಮುಂತಾದೆಡೆ ಬದನೆ, ಬೆಂಡೆ, ಪಡುವಲ ಕಾಯಿ ಮತ್ತು ಹೀರೆಕಾಯಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲೂಕಿನ ಬೈಲೂರು, ಬೆಳ್ಮಣ್, ಮಾಳ, ನಿಟ್ಟೆ, ಅಜೆಕಾರು ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಸುವರ್ಣಗಡ್ಡೆ, ತೊಂಡೆಕಾಯಿ, ಅಲಸಂಡೆ, ಮತ್ತು ಹಸಿಮೆಣಸುಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಕುಂದಾಪುರ ತಾಲುಕಿನ ಬಸ್ರೂರು, ಕುಂಬಾಶಿ, ತ್ರಾಸಿ, ಕೊಲ್ಲೂರು, ವಂಡ್ಸೆ, ಬೈಂದೂರು ಮತ್ತು ಕೊಕ್ಕರ್ಣೆ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಸೌತೆಕಾಯಿ, ಸಿಹಿಗುಂಬಳ, ಬೂದುಗುಂಬಳ, ಮರಗೆಣಸು, ಸಿಹಿಗೆಣಸು ಮತ್ತು ಸೊಪ್ಪು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ – 4.12

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ 2008–09ನೇ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾದ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳು

ಬೆಳೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	ಉತ್ಪಾದನೆ (ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	ಉತ್ಪಾದಕತೆ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)
ಬದನೆ	382	8327	21.8
ಹಸಿಮೆಣಸು	69	1393	20.19
ಮರಗೆಣಸು	80	1168	14.6
ಸಿಹಿಗೆಣಸು	226	3570	15.8
ಸೊಪ್ಪು ತರಕಾರಿ	116	1890	16.2
ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ	150	1388	9.23
ಸುವರ್ಣಗೆಡ್ಡೆ	30	1200	40
ಬೂದುಗುಂಬಳ	168	3192	19.0
ಪಡುವಲಕಾಯಿ	18	324	18
ಹಾಗಲಕಾಯಿ	43	524	12.19
ಹೀರೆಕಾಯಿ	31	266	8.5
ಸಿಹಿಕುಂಬಳ	89	1367	18.4
ಸೌತೆಕಾಯಿ	216	4228	19.5
ತೊಂಡೆಕಾಯಿ	86	1705	19.8
ಅಲಸಂಡೆ	230	2898	12.6
ಒಟ್ಟು	1947	36409	18.7

ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ ಇಲಾಖೆ (2008–09)

4.8 ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆ :

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳು ವಿಶಿಷ್ಟ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಹುತೇಕ ಕಡೆ ಅಂತರ ಬೆಳೆಯಾಗಿಯೂ ಇನ್ನು ಕೆಲವಡೆ ಪ್ರಧನ ಬೆಳೆಯಾಗಿಯೂ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ವ್ಯಾಪಕ ಬೇಡಿಕೆ ಇದ್ದು, ಇತರ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಿಂದ ಆಮದಾದ ತರಕಾರಿಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಅವಕಾಶಗಳಿವೆ. ಆದರೆ ಮಣ್ಣಿನ ಕಡಿಮೆ ಫಲವತ್ತತೆ, ಹವಾಮಾನ ವೈಪರೀತ್ಯ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವಿನ ಅಲಭ್ಯತೆಯಿಂದಾಗಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯು ಹೆಚ್ಚಿನ ಕೃಷಿಕರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಿಲ್ಲ.

ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳೆಂದರೆ ಬದನೆ, ಸಿಹಿಗೆಣಸು, ಹುರುಳಿಕಾಯಿ, ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ, ಬೂದುಕುಂಬಳ, ಸೌತೆ, ಹಸಿಮೆಣಸು, ತೊಂಡೆಕಾಯಿ, ಮರಗೆಣಸು ಮತ್ತು ಸೊಪ್ಪು ತರಕಾರಿಗಳು. 2000–01 ಮತ್ತು 2008–09ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಗತಿಯನ್ನು ಗಮನಿಸುವಾಗ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗುವ ಅಂಶವೆಂದರೆ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನ ಪ್ರಮಾಣವು ಏರಿಳಿಕೆಯನ್ನು ಅನುಭವಿಸಿದೆ. 2000–01 ರಿಂದ 2004–05 ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ಬದಲಿ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆ ಮತ್ತು ಇಳಿಕೆಯನ್ನು ಅನುಭವಿಸಿದರೆ 2005–06 ರ ನಂತರ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಇಳಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡಿದೆ. ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ನಿರತವಾದ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣದ ಸಂಯುಕ್ತ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿದ್ದು ಅದು ಶೇ. –9.4 ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಪ್ರಗತಿ ದರವು ಶೇ. –5.1 ಆಗಿದೆ. ಹಾಗಿದ್ದರೂ ಸಮಾಧಾನಕರ ಅಂಶವೆಂದರೆ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಿ ನಿರಂತರ ಏರಿಕೆ ಉಂಟಾಗಿದೆ. ಉತ್ಪಾದಕತೆಯ ಪ್ರಗತಿ ದರವು ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿದ್ದು ಅದು ಶೇ. 4.8 ಆಗಿದೆ. 2008–09ರ ಸಾಲಿನ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು (18.7 ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್) ರಾಜ್ಯದ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯ ಸರಾಸರಿಗಿಂತ (16.04 ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್) ಅಧಿಕವಾಗಿದೆ.

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾದ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ ವಿವೇಚಿಸಿದಾಗ ಕಂಡು ಬರುವ ವಿಚಾರವೆಂದರೆ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಸಂದಿಗ್ಧತೆ ಮತ್ತು ಸಂಕಷ್ಟವನ್ನೆದುರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಈ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿಯೇ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಇತ್ತೀಚೆಗಿನ ಹತ್ತು ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಇಳಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡಿದೆ. ಒಂದೇ ಒಂದು ಸಂತೋಷದ ವಿಚಾರವೆಂದರೆ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ತೀವ್ರವಾಗಿ ಏರಿದೆ.

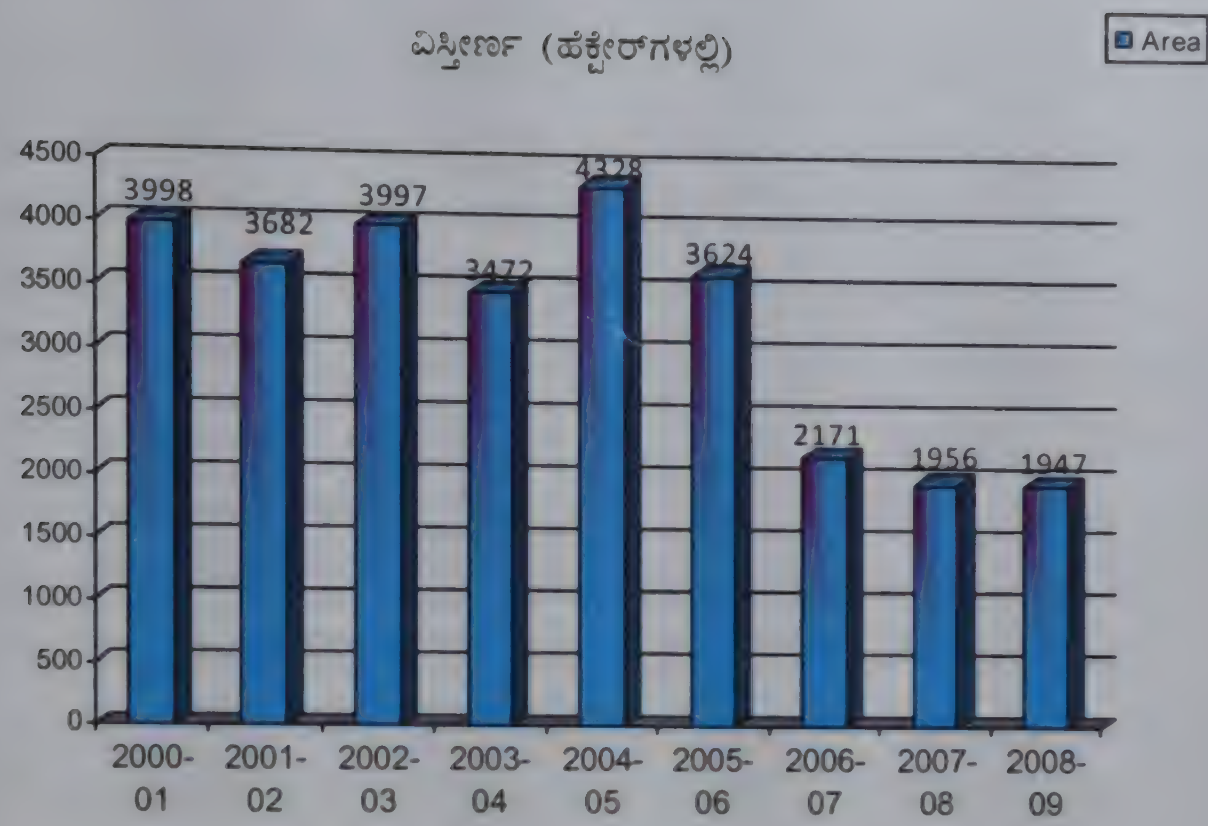
ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಹಲವಾರು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಕೃಷಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಅನಾಸಕ್ತಿ, ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸದ ಹೆಚ್ಚಳ, ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವುಗಳಾದ ನೀರಾವರಿ, ಗೊಬ್ಬರ, ಬೀಜ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಲಭ್ಯತೆ, ಶ್ರಮದ ಕೊರತೆ ಮುಂತಾದುವುಗಳಿಂದಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯು ಸದ್ಯದ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಲಾಭದಾಯಕವಾಗಿ ಉಳಿದಿಲ್ಲ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಹುತೇಕ ಜನರು ತಮ್ಮ ಜೀವನಾಧಾರಕ್ಕಾಗಿ ಕೃಷಿಯೇತರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ನೆಚ್ಚಿಕೊಂಡಿರುವುದರಿಂದ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯತ್ತ ಕೃಷಿಕರು ಗಮನ ಹರಿಸುತ್ತಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಸಣ್ಣ ರೈತರು ಮತ್ತು ಭೂರಹಿತ ಕೃಷಿಕರು ಇನ್ನೂ ಪ್ರಧಾನ ಆದಾಯದ ಮೂಲವಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳನ್ನೇ ನಂಬಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಇತರರ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯನ್ನು ಗುತ್ತಿಗೆ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಪಡೆದುಕೊಂಡು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಂದು ವರ್ಗದ ಜನರು ಆದಾಯದ ಮೂಲವಾಗಿಯೂ ಮತ್ತು ಇತರರು ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಆದಾಯದ ಅವಕಾಶ ಹಾಗೂ ಋತು ಸಂಬಂಧಿ ನಿರುದ್ಯೋಗ ನಿವಾರಣೆಗಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದ್ದಾರೆ.

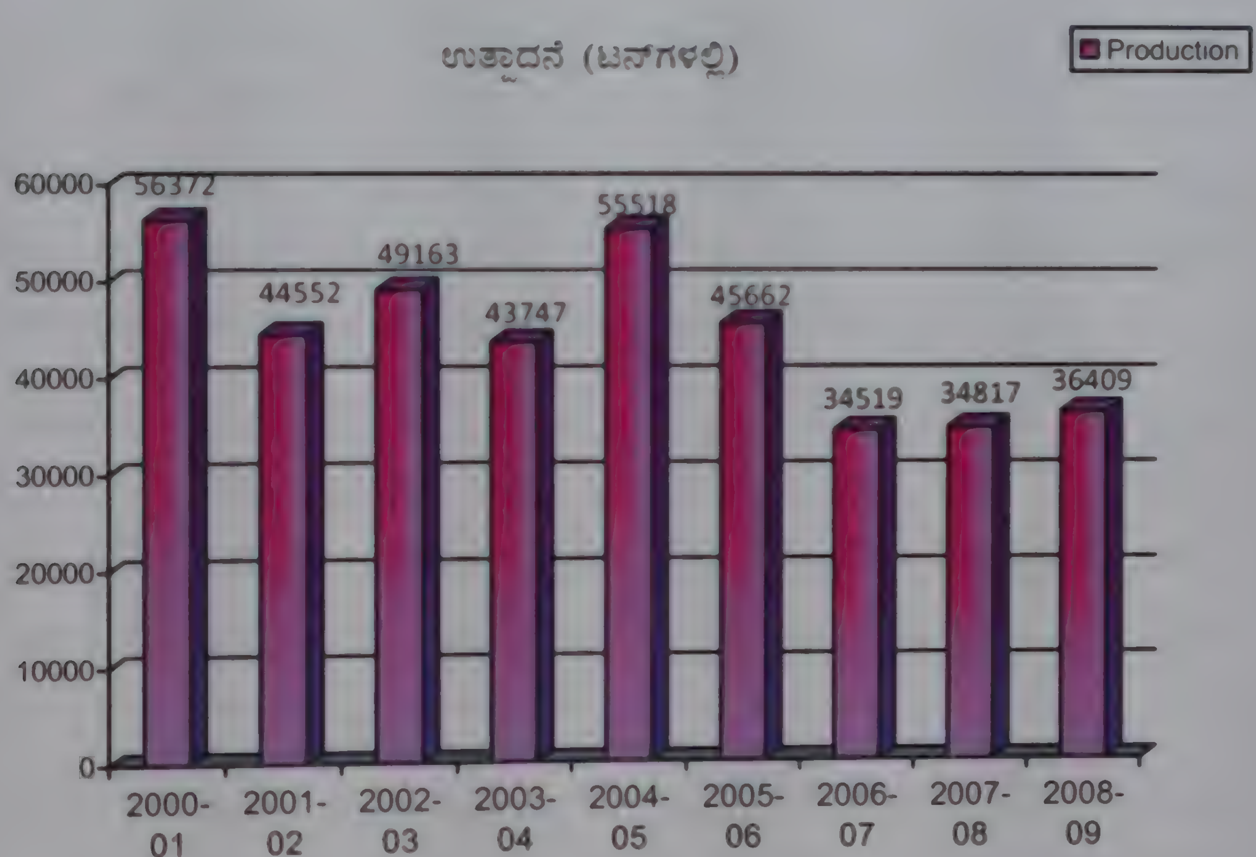
ಕೋಷ್ಟಕ – 4.13

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾದ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ.

	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09
ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	3998	3682	3997	3472	4328	3624	2171	1956	1947
ಉತ್ಪನ್ನ (ಮೆ.ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	56372	44552	49163	43747	55518	45662	34519	34817	36409
ಉತ್ಪಾದಕತೆ (ಮೆ.ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್)	14.1	12.1	12.3	12.6	13.1	12.6	15.9	17.8	18.7

ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09





ರೇಖಾಚಿತ್ರ 4.4
ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾದ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ

4.8.1 ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳು :

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು 24 ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದರೂ, ಬದನೆ, ಹುರುಳಿ, ಹಸಿಮೆಣಸು, ಮರಗೆಣಸು, ಸಿಹಿಗೆಣಸು, ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ, ಬೂದುಕುಂಬಳ, ಪಡುವಲಕಾಯಿ, ಹಾಗಲಕಾಯಿ, ಹೀರೇಕಾಯಿ, ಸಿಹಿಕುಂಬಳ, ಸೌತೆಕಾಯಿ, ತೊಂಡೆಕಾಯಿ ಮತ್ತು ಸೊಪ್ಪು ತರಕಾರಿಗಳು ಪ್ರಮುಖ 14 ತರಕಾರಿಗಳಾಗಿವೆ. ಈ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಜಿಲ್ಲೆಯ ಉಡುಪಿ ತಾಲೂಕಿನ ಮಟ್ಟು, ಕೈಪುಂಜಾಲು, ಕಟಪಾಡಿ, ಏಣಗುಡ್ಡೆ, ಕಾಪು, ಅಂಬಾಡಿ, ಪಾಂಗಾಳ, ಕಡೆಕಾರು, ಸಾಲಿಗ್ರಾಮ, ಸಾಸ್ತಾನ, ಪೆರಂಪಳ್ಳಿ, ಪಾರಂಪಳ್ಳಿ, ಕೋಟ, ಪಡುಕೆರೆ, ಕರ್ಕಡ, ಬೆಳ್ಳೆ, ಬೈರಂಪಳ್ಳಿ, ಪೆರ್ಣಂಕಿಲ, ಮಣಿಪುರ, ನಡ್ಸಾಲ್, ತೋನ್ಸೆ, ಇನ್ನಂಜೆ, ವಾರಂಬಳ್ಳಿ, ಐರೋಡಿ, ಮಣೂರು ಮತ್ತು ಕೋಟತಟ್ಟು ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಕುಂದಾಪುರ ತಾಲೂಕಿನ ಗ್ರಾಮಗಳಾದ ಹಂಗ್ಲೂರ್, ಹೆಂಗವಳ್ಳಿ, ಹೆಸ್ಕತ್ತೂರು, ಮಾಳಹಳ್ಳಿ, ಆಲೂರು, ಹೊಸುರು, ಕೆಂಚನೂರು, ಉಪ್ಪುಂದ, ಹಟ್ಟಿಯಂಗಡಿ, ಅಂಪಾರು, ತ್ರಾಸಿ ಹೆರಂಜಾಲು ಮತ್ತು ಶಿರೂರು, ಗ್ರಾಮಗಳಲ್ಲೂ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯನ್ನು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರದೇಶಗಳೆಂದರೆ, ಇನ್ನ ಬೈಲೂರು, ನೀರೆ, ಕೆರೆಬೆಟ್ಟು, ಮುದ್ರಾಡಿ, ಶಿವಪುರ, ಪಳ್ಳಿ, ವರಂಗ, ನಂದಳಿಕೆ, ಬೆಳ್ಮಣ್ಣು, ಕಬ್ಬಿನಾಲೆ ಮತ್ತು ಮಾಳಗಳಾಗಿವೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವ ಹಲವು ತರಕಾರಿಕಗಳ ಪೈಕಿ ಮಟ್ಟುಗುಳ್ಳ ಎಂಬ ಬದನೆಯ ಪ್ರಕಾರವು – ವಿಶಿಷ್ಟ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಪಡೆದು ಜಿಲ್ಲೆಯ ಸಾಮಾಜಿಕ–ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತ್ಯಂತರಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ.

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆಯ ಅಂಕಿ ಅಂಶದಂತೆ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ 14 ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದ್ದರೂ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವ ತರಕಾರಿಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಏಕಪ್ರಕಾರವಿಲ್ಲ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಹವಾಮಾನ, ಭೂಸಾರ ಮತ್ತು ಇತರ ಭೌಗೋಳಿಕ ಅಂಶಗಳಿಗನುಸಾರವಾಗಿ ಹಲವು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಾರೆ.

ಕಳೆದ 10ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಹಲವು ತರಕಾರಿಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ಉತ್ತಮಗೊಂಡರೆ ಇನ್ನುಳಿದವುಗಳ ಗತಿಯು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿದೆ. ಇದು ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಬದಲಾವಣೆಯ ಗತಿಯನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ.

ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕ ವಿವರಿಸುವಂತೆ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಮುಖ 14 ತರಕಾರಿಗಳ ಬದಲಾವಣೆಯ ಗತಿಯು ತರಕಾರಿಯಿಂದ ತರಕಾರಿಗೆ ಬೇರೆ ಬೇರೆಯಾಗಿದೆ. ಬದನೆ, ಹಸಿಮೆಣಸು, ಮರಗೆಣಸು, ಸಿಹಿಕುಂಬಳ ಮತ್ತು ತೊಂಡೆಕಾಯಿ ತರಕಾರಿಗಳ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರಗಳು ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿದ್ದು ಉತ್ತಮ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ದಾಖಲಿಸಿವೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ – 4.14

2000–01 ರಿಂದ 2008–09 ರ ವರೆಗೆ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾದ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳ ವಿವರ.

(ವಿಸ್ತೀರ್ಣ(ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ), ಉತ್ಪಾದನೆ (ಮೆ. ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ) ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)

	2000-2001			2001-2002			2002-2003		
ತರಕಾರಿಗಳು	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಇಳುವರಿ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಇಳುವರಿ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಇಳುವರಿ
1. ಬದನೆ	282	5318	14	279	4743	17	276	4692	17
2. ಹುರುಳಿ	623	6230	10	443	3793	9	499	3847	8
3. ಹಸಿಮೆಣಸು	62	559	9	23	230	10	56	540	10
4. ಮರಗೆಣಸು	75	750	10	78	678	9	63	725	12
5. ಸಿಹಿಗೆಣಸು	664	7304	11	724	7240	10	905	9050	10
6. ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ	257	1542	6	143	2130	15	226	2260	10
7. ಸೊಪ್ಪು ತರಕಾರಿ	822	15618	19	687	6870	10	646	6354	10
8. ಬೂದುಕುಂಬಳ	290	5220	18	313	7210	23	326	7560	23
9. ಪಡುವಲಕಾಯಿ	59	826	14	133	1535	12	134	1440	11
10. ಹಾಗಲ ಕಾಯಿ	104	728	7	133	1135	9	133	1120	8
11. ಹೀರೆ ಕಾಯಿ	114	798	7	163	1840	11	167	1900	11
12. ಸಿಹಿ ಕುಂಬಳ	7	140	20	13	130	10	27	270	10
13. ಸೌತೆಕಾಯಿ	555	13875	25	416	6970	17	431	7310	17
14. ತೊಂಡೆಕಾಯಿ	64	1920	30	102	1200	12	102	1200	12

ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09

2000–01 ರಿಂದ 2008–09 ರ ವರೆಗೆ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾದ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳ ವಿವರ.

(ವಿಸ್ತೀರ್ಣ(ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ), ಉತ್ಪಾದನೆ (ಮೆ. ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ) ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)

	2003-2004			2004-2005			2005-2006		
ತರಕಾರಿಗಳು	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಇಳುವರಿ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಇಳುವರಿ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಇಳುವರಿ
1. ಬದನೆ	281	5514	19.5	308	6375	20.73	322	6377	19.8
2. ಹುರುಳಿ	254	1655	6.5	256	1792	7.0	214	1391	6.5
3. ಹಸಿಮೆಣಸು	62	615	9.9	68	738	10.9	61	610	10
4. ಮರಗೆಣಸು	65	442	6.7	70	834	11.8	72	799	11.1
5. ಸಿಹಿಗೆಣಸು	542	5589	10.3	584	6528	11.1	468	5054	10.8
6. ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ	215	1891	8.7	268	2560	9.5	236	2124	9
7. ಸೊಪ್ಪು ತರಕಾರಿ	671	7262	10.83	899	13540	15.0	656	9315	14.2
8. ಬೂದುಕುಂಬಳ	328	5322	16.2	391	6561	16.7	314	5086	16.2
9. ಪಡುವಲಕಾಯಿ	117	1294	11.0	187	2194	11.7	118	1321	11.2
10. ಹಾಗಲ ಕಾಯಿ	128	1246	9.7	176	1971	11.7	116	1276	11
11. ಹೀರೆ ಕಾಯಿ	170	1798	10.5	189	2589	13.7	210	2646	12.6
12. ಸಿಹಿ ಕುಂಬಳ	122	908	7.4	106	11236	10.6	192	1882	9.8
13. ಸೌತೆಕಾಯಿ	407	5273	12.9	615	7795	12.6	540	6534	12.1
14. ತೊಂಡೆಕಾಯಿ	101	1549	15.2	113	1666	14.6	99	1396	14.1

ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09

2000–01 ರಿಂದ 2008–09 ರ ವರೆಗೆ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾದ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳ ವಿವರ.

(ವಿಸ್ತೀರ್ಣ(ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ), ಉತ್ಪಾದನೆ (ಮೆ. ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ) ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)

	2006-2007			2007-2008			2008-2009		
ತರಕಾರಿಗಳು	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಇಳುವರಿ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಇಳುವರಿ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಇಳುವರಿ
1. ಬದನೆ	356	7227	20.3	370	8210	22.19	382	8327	21.8
2. ಹುರುಳಿ	166	1012	6.1	142	909	6.4	-	-	-
3. ಹಸಿಮೆಣಸು	66	1208	18.3	63	1348	21.39	69	1393	20.1
4. ಮರಗೆಣಸು	69	848	12.3	79	1144	14.48	80	1168	14.6
5. ಸಿಹಿಗೆಣಸು	338	4022	11.9	220	3500	15.91	226	3570	15.8
6. ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ	212	1887	8.9	152	1412	9.29	150	1388	9.23
7. ಸೊಪ್ಪು ತರಕಾರಿ	228	3443	15.1	108	1690	15.65	116	1890	16.2
8. ಬೂದುಕುಂಬಳ	266	5905	22.2	186	3625	19.4	168	3192	19.0
9. ಪಡುವಲಕಾಯಿ	94	1551	16.5	87	1870	21.59	18	324	18.0
10. ಹಾಗಲ ಕಾಯಿ	108	1242	11.5	84	1033	12.3	43	524	12.19
11. ಹೀರೆ ಕಾಯಿ	114	1094	9.6	82	746	9.1	31	266	8.5
12. ಸಿಹಿ ಕುಂಬಳ	102	1979	19.4	97	1600	16.5	89	1637	18.4
13. ಸೌತೆಕಾಯಿ	314	5118	16.3	214	4228	19.7	216	4228	19.5
14. ತೊಂಡೆಕಾಯಿ	86	1445	16.8	82	1708	20.8	86	1705	19.8

ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09

ಸಂಖ್ಯಾ ಶಾಸ್ತ್ರದ ಉಪಕರಣ ಸಂಯುಕ್ತ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ವಿವೇಚಿಸುವಾಗ ಕಂಡುಬರುವ ವಿಚಾರವೆಂದರೆ ಇತ್ತೀಚಿಗಿನ 10 ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆ ತರಕಾರಿಯಿಂದ ತರಕಾರಿಗೆ ಬದಲಾಗಿವೆ ಮತ್ತು ಈ ಕೆಳಗಿನಂತಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 4.14 (ಎ)

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳ ಸಂಯುಕ್ತ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರ (%)

ತರಕಾರಿ	ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಉತ್ಪಾದನೆ	ಉತ್ಪಾದಕತೆ
1. ಬದನೆ	4.6	7.7	5.0
2. ಹುರುಳಿ	–19.1	–24.0	–6.5
3. ಹಸಿಮೆಣಸು	–6.5	19.2	11.8
4. ಮರಗೆಣಸು	1.0	7.3	6.0
5. ಸಿಹಿಗೆಣಸು	–15.4	–10.7	5.5
6. ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ	–3.3	–3.1	.1
7. ಸೊಪ್ಪು ತರಕಾರಿ	–22.8	–20.3	3.0
8. ಬೂದುಕುಂಬಳ	–6.8	–7.3	–.6
9. ಪಡುವಲಕಾಯಿ	–10.6	–4.8	6.2
10. ಹಾಗಲ ಕಾಯಿ	–8.6	–2.3	6.9
11. ಹೀರೆ ಕಾಯಿ	–12.3	–12.2	.2
12. ಸಿಹಿ ಕುಂಬಳ	38.0	44.5	4.7
13. ಸೌತೆಕಾಯಿ	–9.7	–10.6	–1.2
14. ತೊಂಡೆಕಾಯಿ	.3	1.4	1.0

ಈ ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಂತೆ ಸಿಹಿಗೆಣಸು, ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ, ಸೊಪ್ಪುತರಕಾರಿಗಳು, ಪಡುವಲಕಾಯಿ, ಹಾಗಲಕಾಯಿ, ಹೀರೆಕಾಯಿ ತರಕಾರಿಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ವಿಸ್ತೀರ್ಣಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿದ್ದರೂ ಇಳುವರಿಯ ಪ್ರಗತಿ ದರವು ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿವೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಹುರುಳಿಕಾಯಿ, ಬೂದುಕುಂಬಳ ಮತ್ತು ಸೌತೆಕಾಯಿ ತರಕಾರಿಗಳ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿವೆ.

4.8.2 ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ :

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ 14 ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದ್ದರೂ ಅಧ್ಯಯನದ ಸೌಲಭ್ಯಕೋಸ್ಕರ ಮುಖ್ಯ ಹತ್ತು ತರಕಾರಿಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯ ಗತಿಯನ್ನು ವಿವೇಚಿಸಬಹುದು.

2000–01 ರಿಂದ 2008–09ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾದ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳಾದ ಬದನೆ, ಹುರುಳಿಕಾಯಿ, ಸಿಹಿಗೆಣಸು, ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ, ಸೊಪ್ಪು ತರಕಾರಿಗಳು, ಬೂದುಕುಂಬಳ, ಸೌತೆ, ಹಸಿಮೆಣಸು, ತೊಂಡೆಕಾಯಿ ಮತ್ತು ಮರಗೆಣಸು ತರಕಾರಿಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾದ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯ ಗತಿಯನ್ನು ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಬಹುದು.

4.8.2.1 ಬದನೆ:

ಬದನೆಯು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಂದು ವಿಶಿಷ್ಟ ತರಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಬದನೆಯ ಹಲವು ತಳಿಗಳನ್ನು ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದ್ದರೂ ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳದ ಪಾಲು ಅತ್ಯಧಿಕವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಹೆಸರುವಾಸಿಯಾಗಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕಟಪಾಡಿ, ಪಾಂಗಾಳ, ಮಟ್ಟು, ಕೈಪುಂಜಾಲು, ಕಾಪು, ಅಂಬಾಡಿ ಮುಂತಾದ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಬದನೆ ಬೆಳೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಕುಂದಾಪುರ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲುಕುಗಳ ವಿವಿಧ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಕಳೆದ ಹತ್ತು ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಬದನೆ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡಿವೆ. 2000–01 ರಿಂದ 2002–03ರ ವರೆಗೆ ಇಳಿಕೆಯನ್ನು ಅನಂತರ ನಿರಂತರ ಏರಿಕೆಯನ್ನೂ ದಾಖಲಿಸಿದೆ. ಇತರ ತರಕಾರಿ ಜೊತೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಬದನೆ ಬೆಳೆಯು ಉತ್ತಮ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಿದೆ.

ಕಳೆದ ಹತ್ತು ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ. 4.6, ಶೇ. 7.7 ಮತ್ತು ಶೇ. 5.0 ಆಗಿದೆ.

4.8.2.2 ಹುರುಳಿಕಾಯಿ :

ಹಲವು ವರ್ಷಗಳ ಹಿಂದೆ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಹುರುಳಿಕಾಯಿಯನ್ನು ಹೇರಳವಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಹವಾಮಾನ ವೈಪರೀತ್ಯ, ಮಾನವ ಶ್ರಮದ ಕೊರತೆ ಮತ್ತು ಸಸ್ಯರೋಗಗಳ ಹಾವಳಿಯಿಂದಾಗಿ ಹುರುಳಿಕಾಯಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಗಳು ತೀವ್ರ ಇಳಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡಿವೆ. 2000–01 ರಲ್ಲಿ 673 ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣದಲ್ಲಿ 6730 ಟನ್ ಉತ್ಪಾದಿಸುತ್ತಿದ್ದರೆ 2007–08ರಲ್ಲಿ ಇದು 142 ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಮತ್ತು 909 ಟನ್‌ಗೆ ಇಳಿಯಿತು. ಹುರುಳಿಕಾಯಿಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿದೆ. ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಶೇ. –19.1, ಉತ್ಪದನೆ ಶೇ. –24 ಮತ್ತು ಇಳುವರಿಯು ಶೇ.– 6.5 ರ ಗತಿಯಲ್ಲಿ ಇಳಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡಿವೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ – 4.15

2000–01 ರಿಂದ 2008–09 ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಬಳಸಲ್ಪಟ್ಟ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ.

(ವಿಸ್ತೀರ್ಣ(ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ), ಉತ್ಪಾದನೆ (ಮೆ. ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ) ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)

ಬೆಳೆ : ಬದನೆ

	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09	ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರ %
ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	282	279	276	281	308	322	356	370	382	4.6
ಉತ್ಪಾದನೆ	5318	4743	4692	5514	6375	6377	7227	8210	8327	7.7
ಇಳುವರಿ	14	17	17	19.5	20.73	19.8	20.3	22.19	21.8	5.0

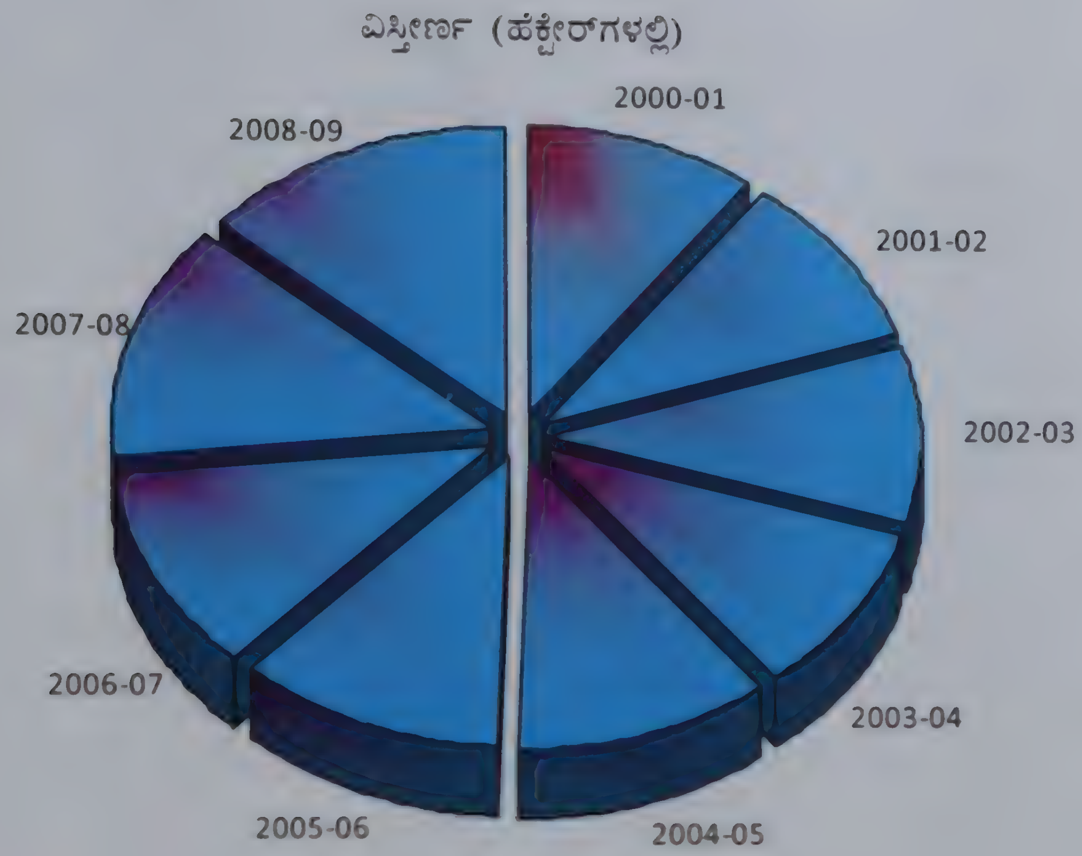
ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09

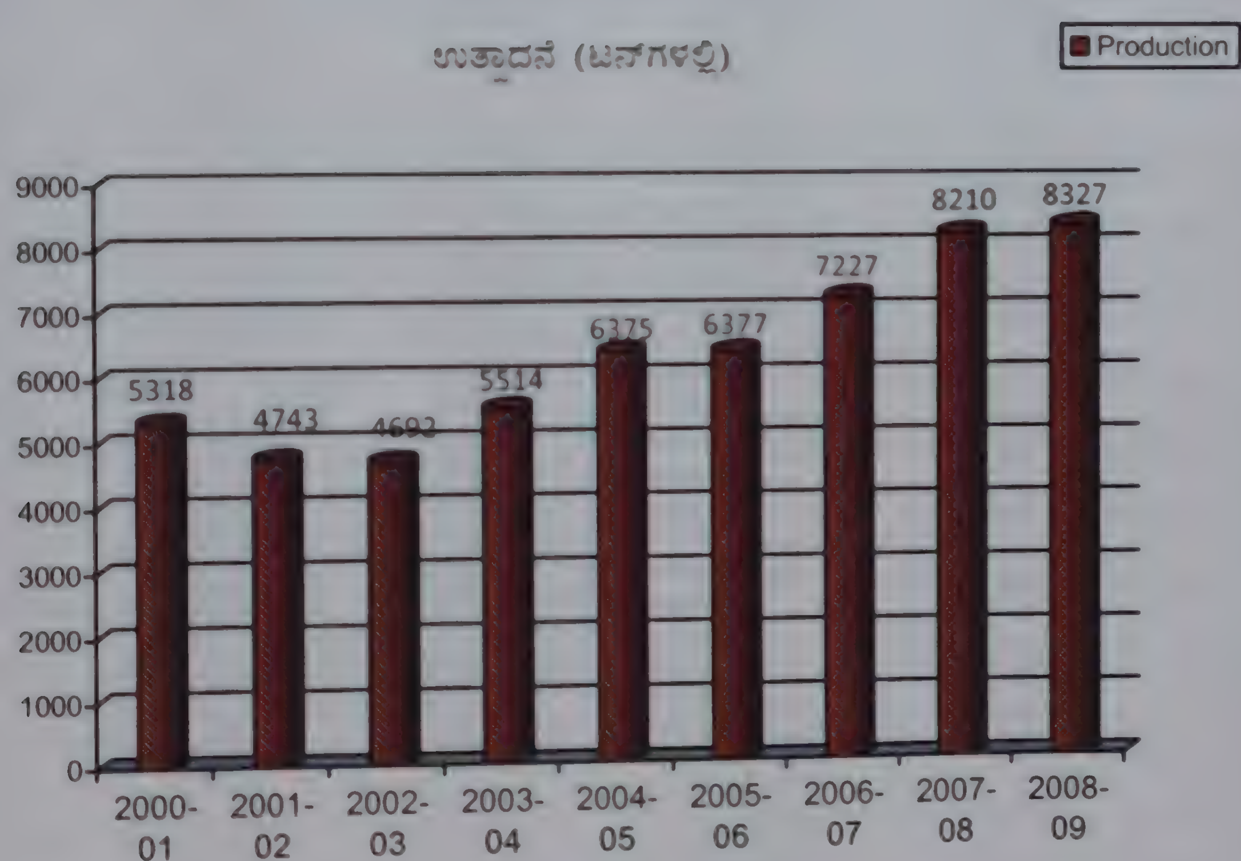
ಕೋಷ್ಟಕ – 4.16

ಬೆಳೆ : ಹುರುಳಿಕಾಯಿ

	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09	ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರ %
ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	673	443	499	254	256	214	165	142	–	–19
ಉತ್ಪಾದನೆ	6730	3793	3847	1655	1792	1391	1012	909		–24
ಇಳುವರಿ	10	9	8	6.5	7	6.5	6.1	6.4		–6.5

ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09





ರೇಖಾಚಿತ್ರ 4.5
2000–01 ರಿಂದ 2008–09 ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬದನೆ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಬಳಸಲ್ಪಟ್ಟ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ

4.8.2.3 ಸಿಹಿಗೆಣಸು :

ಜಿಲ್ಲೆಯ ಹವಾಮಾನ ಮತ್ತು ಭೌಗೋಳಿಕ ಅಂಶಗಳು ಸಿಹಿಗೆಣಸಿನ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಅತ್ಯಂತ ಸೂಕ್ತವಾದುದು. ಒಣ ಹವಾಮಾನ, ಅಧಿಕ ಉಷ್ಣತೆ ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ಫಲವತ್ತತೆಯ ಕೆಂಪು ಮಣ್ಣುಗಳಲ್ಲಿ ಸಿಹಿಗೆಣಸು ಹುಲುಸಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತದೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ಆರೈಕೆ, ನೀರು, ಗೊಬ್ಬರ ಮತ್ತು ಕಾಳಜಿಗಳನ್ನು ಬೇಡದ ಸಿಹಿಗೆಣಸು ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಭತ್ತದ ಬೆಳೆಯ ಕಟಾವಿನ ನಂತರ ಅಂತರ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಡುತ್ತದೆ.

ಸಿಹಿಗೆಣಸಿನ ಬೆಳೆವಣಿಗೆ ದರವು ವ್ಯತ್ಯಸ್ತವಾಗಿದೆ. 2000–01ರಿಂದ 2003ರ ವರೆಗೆ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣದಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡರೆ ಅನಂತರ ಸತತವಾಗಿ ಕುಸಿತವನ್ನು ಕಂಡಿದೆ. ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆಯಾಗಿ ಅನಂತರ ಇಳಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಏರಿದೆ. ಅಂದರೆ 2000–01ರಲ್ಲಿ ಇಳುವರಿಯು 11 ಟನ್ ಪ್ರತೀ ಹಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಇದ್ದುದು 2008–09ರಲ್ಲಿ 15.8ಟನ್‌ಗೆ ಏರಿತು. ಸಿಹಿಗೆಣಸಿನ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿದ್ದು ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ. –15.4 ಮತ್ತು ಶೇ. –10.7 ಆಗಿದೆ. ಆದರೆ ಇಳುವರಿಯ ಪ್ರಗತಿ ದರವು ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿದ್ದು ಅದು ಶೇ. 5.5 ಆಗಿದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಜನವರಿ ತಿಂಗಳ ಮೊದಲಿಗೆ ಸಸಿ ನಾಟಿ ಮಾಡಿ ಫೆಬ್ರವರಿ ಅಂತ್ಯದಿಂದ ಮೇ ತಿಂಗಳ ಕೊನೆಯವರೆಗೂ ಇಳುವರಿಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ.

4.8.2.4 ತೊಂಡೆಕಾಯಿ :

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತೊಂಡೆಕಾಯಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಸಮುದ್ರತೀರದ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಾರೆ. ಸತ್ವಯುತ ಮರಳು ಮಣ್ಣು, ಉಪ್ಪಿನಿಂದ ಕೂಡಿದ ತೇವಾಂಶ ಮತ್ತು ನೀರು ಬಸಿದು ಹೋಗುವ ಎತ್ತರದ ಪ್ರದೇಶಗಳು ತೊಂಡೆಕಾಯಿ ಕೃಷಿಗೆ ಯೋಗ್ಯವಾದುದು. ಹಾಗಾಗಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕರಾವಳಿ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಒಳನಾಡಿನಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ತೊಂಡೆಕಾಯಿಯನ್ನು ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಕುಂದಾಪುರ ತಾಲೂಕಿನ ಸಾಲಿಗ್ರಾಮ, ಕಾರ್ಕಡ, ಕೋಟ, ಮತ್ತು ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲೂಕಿನ ಬೈಲೂರು, ಪಳ್ಳಿ, ಮಾಳ ಮೊದಲಾದ ಪ್ರದೇಶಗಳು ತೊಂಡೆಕಾಯಿ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರದೇಶಗಳಾಗಿವೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ತೊಂಡೆಕಾಯಿಗೆ ವಿಶೇಷ ಗುಣಗಳಿದ್ದು ಇತರ ಜಿಲ್ಲೆಗಳ ತೊಂಡೆಕಾಯಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ರುಚಿಕರ ಮತ್ತು ಸತ್ವದಾಯಕ. ಈ ಕಾರಣಗಳಿಂದಾಗಿ ಊರಿನ ತೊಂಡೆಕಾಯಿಗೆ ಅಧಿಕ ಧಾರಣೆಯೂ, ಬೇಡಿಕೆಯೂ ಇದೆ.

ತೊಂಡೆಕಾಯಿಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣವು 2000–01ರಿಂದ 2008–09ರ ವರೆಗಿನ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ 66 ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ 113 ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಅನಂತರ ಇಳಿಕೆಗೊಂಡು 86 ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ತಲುಪಿತು. ಇದೇ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯೂ ಏರಿಳಿಕೆಗೊಂಡು 1920 ಟನ್‌ನಿಂದ 1705 ಟನ್‌ಗೆ ಇಳಿಯಿತು. ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ಸತತವಾಗಿ ಕುಸಿತಗೊಂಡು 19.8 ಟನ್‌ಗೆ ಬಂದು ನಿಂತಿತು. ತೊಂಡೆಕಾಯಿಯ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಇಳುವರಿಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿದ್ದು ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ. 3, ಶೆ. 1.4 ಮತ್ತು ಶೇ. 1.0 ಆಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ – 4.17

2000–01 ರಿಂದ 2008–09 ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಬಳಸಲ್ಪಟ್ಟ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ.

(ವಿಸ್ತೀರ್ಣ(ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ), ಉತ್ಪಾದನೆ (ಮೆ. ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ) ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)

ಬೆಳೆ : ಸಿಹಿಗೆಣಸು

	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09	ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರ %
ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	664	724	905	542	584	468	338	220	226	-15.4
ಉತ್ಪಾದನೆ	7304	7240	9050	5589	6528	5054	4022	3500	3750	-10.7
ಇಳುವರಿ	11	10	10	10.3	11.1	10.8	11.9	15.91	15.8	5.5

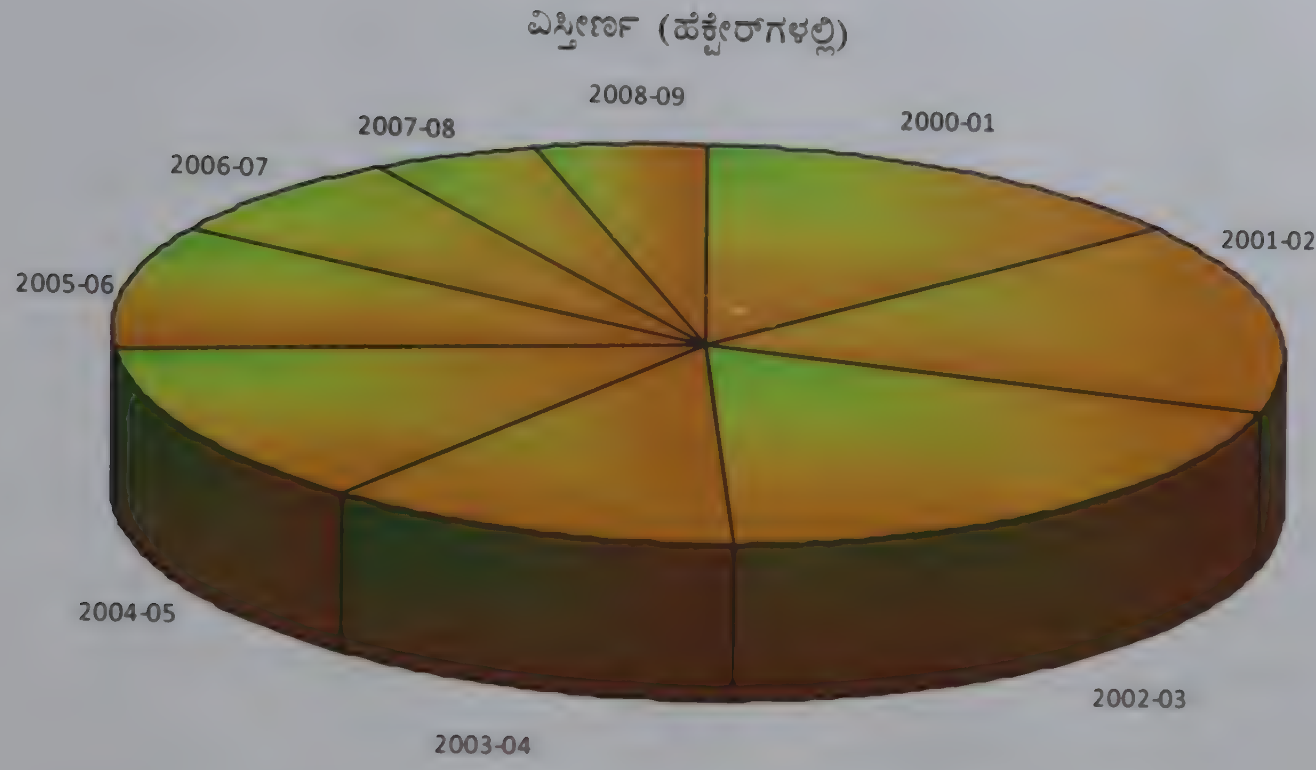
ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09

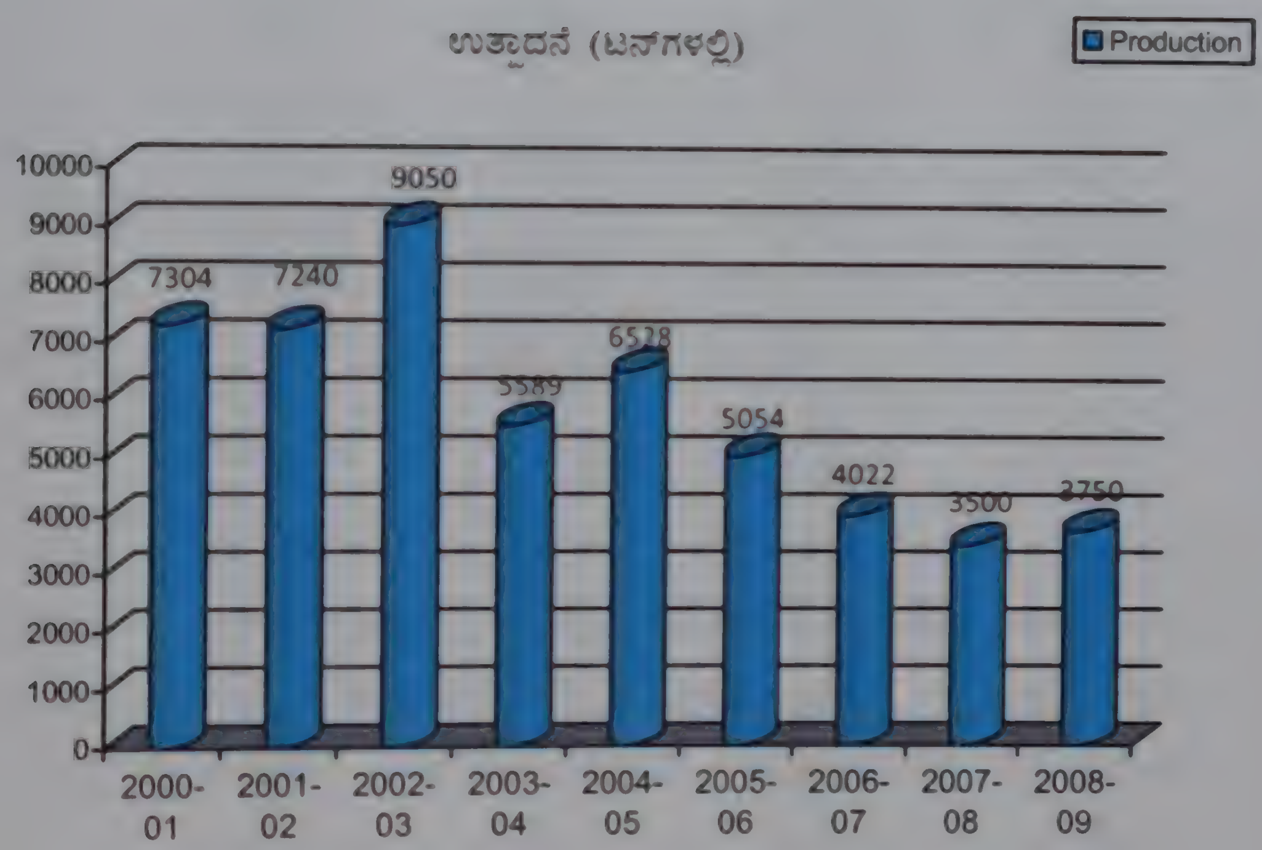
ಕೋಷ್ಟಕ – 4.18

ಬೆಳೆ : ತೊಂಡೆಕಾಯಿ

	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09	ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರ %
ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	64	102	102	101	113	99	86	82	86	.3
ಉತ್ಪಾದನೆ	1920	1200	1200	1549	1666	1396	1445	1708	1705	1.4
ಇಳುವರಿ	30	12	12	15.2	14.6	14.1	16.8	20.8	19.8	1.0

ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09





ರೇಖಾಚಿತ್ರ 4.6

2000–01 ರಿಂದ 2008–09 ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಿಹಿಗೆಣಸು ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಬಳಸಲ್ಪಟ್ಟ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಉತ್ಪಾದನೆ

4.8.2.5 ಸೊಪ್ಪುತರಕಾರಿಗಳು :

ಜಿಲ್ಲೆಯ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಜನರ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿ ಇದಾಗಿದ್ದು ಹವಾಮಾನ, ಮಣ್ಣಿನ ಫಲವತ್ತತೆ ಮತ್ತು ಭೌತಿಕ ಲಕ್ಷಣಗಳಿಂದಾಗಿ ಈ ಹಿಂದೆ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಶ್ರಮಜೀವಿಗಳು ಬಹುವಾಗಿ ಇಷ್ಟಪಡುವ ಬಸಳೆ, ಹರಿವೆ, ಕರಿಬೇವು, ಮೆಂತ್ಯೆ, ಪಾಲಕ್ ಮುಂತಾದವು ಅವಶ್ಯಕ ಖನಿಜಾಂಶ, ಜೀವಸತ್ವ ಮತ್ತು ನಾರಿನಿಂದ ಸಮೃದ್ಧವಾಗಿವೆ.

ಸ್ವಂತ ಉಪಯೋಗಕ್ಕೆ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ವಾಣಿಜ್ಯ ಬೆಳೆಗಾಗಿಯೂ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಹಲವು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಕಾರಣ ಬೆಳೆಗಾರರ ಒಲವು ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಆ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿಯೇ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಗಳು ಕುಂಠಿತಗೊಂಡಿವೆ. 2000–01ರಲ್ಲಿ ಸೊಪ್ಪು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣವು 822 ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಇದ್ದುದು ಏರಿಳಿಕೆಯನ್ನು ಅನುಭವಿಸಿ 2008–09 ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ 166 ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಕುಸಿಯಿತು. ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಇದೇ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ 15618 ಟನ್‌ನಿಂದ 1890ಟನ್‌ಗೂ ಇಳುವರಿಯು ಪ್ರತಿಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ 19ಟನ್‌ನಿಂದ 16.2 ಟನ್‌ಗೂ ಇಳಿಕೆಯಾಯಿತು.

ಸೊಪ್ಪುತರಕಾರಿಗಳ ಪ್ರಗತಿಯ ದರವನ್ನು ಗಮನಿಸುವಾಗ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಗಳು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿದ್ದರೆ ಇಳುವರಿ ದರವು ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿದೆ. ಅವುಗಳು ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ. –22.8, ಶೇ. –20.3 ಮತ್ತು ಶೇ. 3.0 ಆಗಿದೆ.

4.8.2.6 ಬೂದುಕುಂಬಳ :

ಅಧಿಕ ನೀರಿನಂಶ ಹೊಂದಿರುವ, ದೀರ್ಘಕಾಲದವರೆಗೂ ದಾಸ್ತಾನು ಮಾಡಬಹುದಾದ ಬೂದುಕುಂಬಳವು ಜಿಲ್ಲೆಯ ಜನರ ಅಚ್ಚುಮೆಚ್ಚಿನ ತರಕಾರಿ. ಈ ತರಕಾರಿಯಿಂದ ಹಲವು ಖಾದ್ಯಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಪಾರ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಉಷ್ಣ ಹವಾಮಾನಕ್ಕೆ ಇದು ಸೂಕ್ತ ಆಹಾರವಾಗಿದೆ. ಬೂದುಕುಂಬಳದ ಬೆಳೆಯು ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ತೀವ್ರ ಕುಸಿತವನ್ನು ಕಂಡಿದೆ. 2000–01 ಮತ್ತು 2008–09ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಬೂದುಕುಂಬಳದ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ನಿರತವಾದ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಗಳು ಏರಿಳಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡಿದೆ.

ಬೂದುಕುಂಬಳದ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿದ್ದು ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಗಳಲ್ಲಿ ಅವು ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ. –6.8, ಶೇ. –7.3 ಮತ್ತು ಶೇ. –.6 ಆಗಿವೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಬೂದುಕುಂಬಳದ ಪ್ರಾಬಲ್ಯವು ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ತೀವ್ರ ಕುಸಿತವನ್ನು ಕಂಡಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ – 4.19

2000–01 ರಿಂದ 2008–09 ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಬಳಸಲ್ಪಟ್ಟ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ.

(ವಿಸ್ತೀರ್ಣ(ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ), ಉತ್ಪಾದನೆ (ಮೆ. ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ) ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)

ಬೆಳೆ : ಸೊಪ್ಪು ತರಕಾರಿ

	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09	ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರ %
ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	822	687	646	671	899	656	228	108	116	-22.8
ಉತ್ಪಾದನೆ	15618	6870	6354	7262	13540	9315	3443	1696	1890	-20.3
ಇಳುವರಿ	19	10	10	10.8	15.0	14.2	15.1	15.65	16.2	3.0

ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09

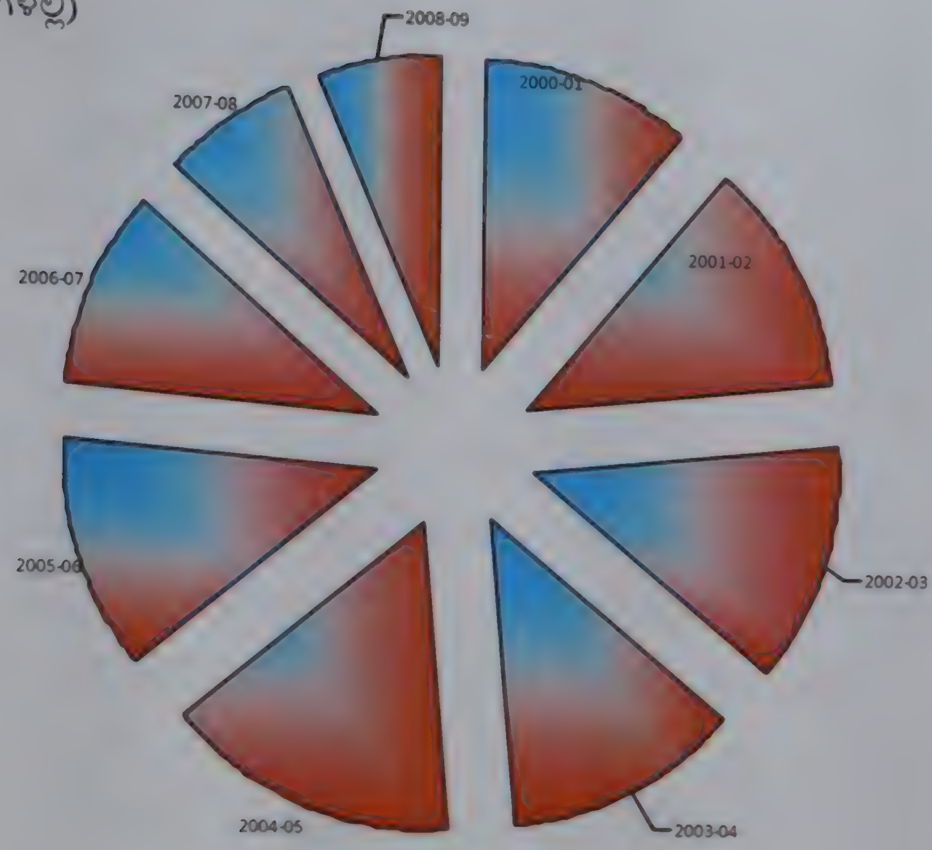
ಕೋಷ್ಟಕ – 4.20

ಬೆಳೆ : ಬೂದು ಕುಂಬಳ

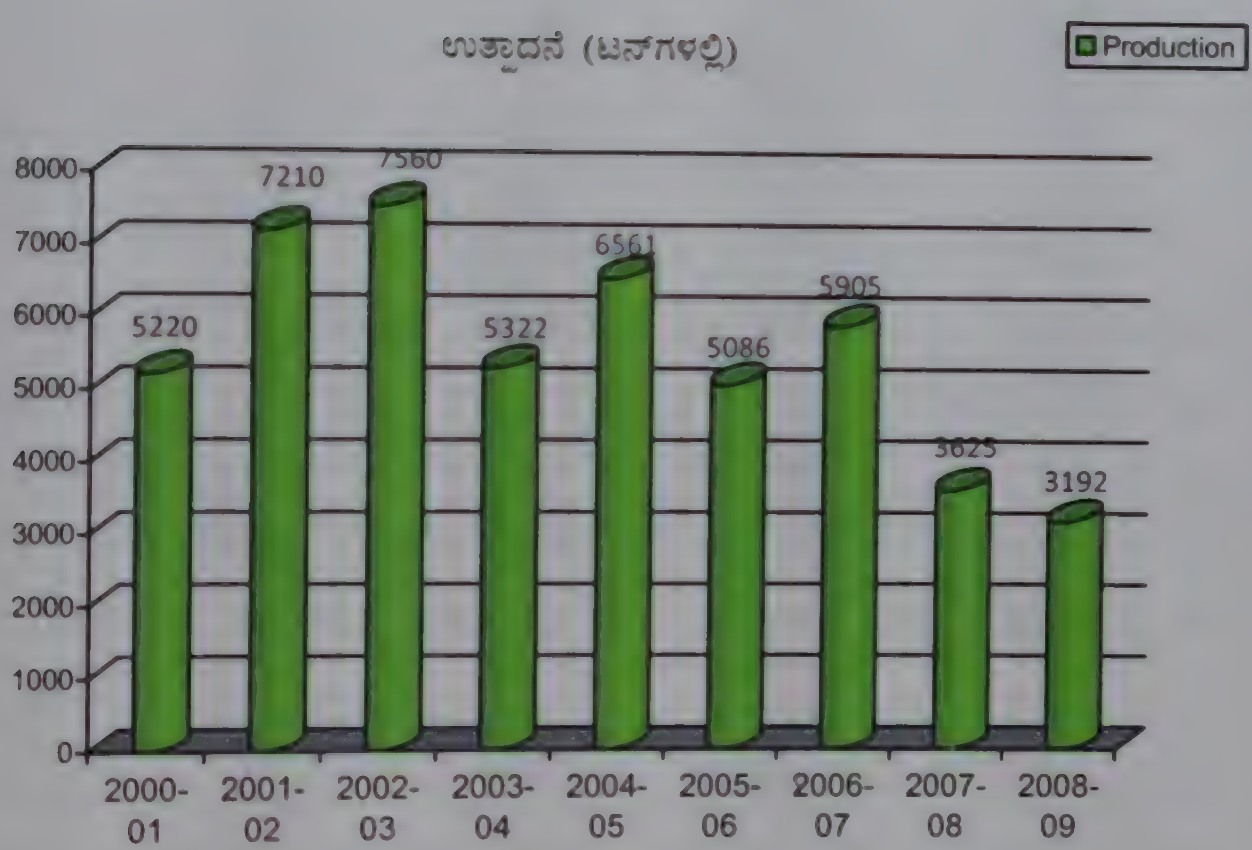
	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09	ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರ %
ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	290	313	326	328	391	314	266	186	168	-6.8
ಉತ್ಪಾದನೆ	5220	7210	7560	5322	6561	5086	5905	3625	3192	-7.3
ಇಳುವರಿ	18	23	23	16.2	16.7	16.2	22.2	19.4	19.0	-.6

ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09

ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)



ಉತ್ಪಾದನೆ (ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)



ರೇಖಾಚಿತ್ರ 4.7
2000–01 ರಿಂದ 2008–09 ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೂದುಕುಂಬಳ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಬಳಸಲ್ಪಟ್ಟ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ

4.8.2.7 ಸೌತೆಕಾಯಿ :

ಕುಂಬಳದ ಜಾತಿಗೆ ಸೇರಿದ ಇನ್ನೊಂದು ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿ ಸೌತೆ. ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಭತ್ತದ ಗದ್ದೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಟಾವಿನ ನಂತರ ಮಣ್ಣಿನಲ್ಲಿ ಭೂಸಾರ ಮತ್ತು ತೇವಾಂಶಗಳನ್ನು ಲಾಭದಾಯಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಸೌತೆ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಾರೆ. ಬಹುಕಾಲದವರೆಗೆ ಬಾಳ್ವಿಕೆ ಬರುವ ಸೌತೆಗೆ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಹೊರ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲೂ ಅಪಾರ ಬೇಡಿಕೆ ಇದೆ.

ಇತ್ತೀಚೆಗಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ರೈತರು ಸೌತೆ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಆಕರ್ಷಣೆ ಕಳೆದುಕೊಂಡಿದ್ದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತವೆ. ಇದು ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಇಳುವರಿಯ ಇಳಿಕೆಯ ಮೂಲಕ ವ್ಯಕ್ತವಾಗುತ್ತವೆ. 2000–01 ರಲ್ಲಿ 555 ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಸೌತೆಕಾಯಿಯನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದರೆ 2008–09ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಇದು 216 ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಇಳಿಯಿತು. ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಇದೇ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ 13875ಟನ್‌ನಿಂದ 4228ಟನ್‌ಗೂ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ಪ್ರತೀ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ 25ಟನ್‌ನಿಂದ 19.5ಟನ್‌ಗೂ ಕುಸಿತಗೊಂಡಿತು.

ಸೌತೆಕಾಯಿ ಬೆಳೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರಗಳು, ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಶೇ. –9.7, ಉತ್ಪಾದನೆ ಶೇ. –10.6 ಮತ್ತು ಇಳುವರಿಯು ಶೇ. –1.2 ಆಗಿವೆ.

4.8.2.8 ಹಸಿಮೆಣಸು :

ಹಸಿಮೆಣಸು ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಹಸಿಮೆಣಸು ಕಚ್ಚಾರೂಪದಲ್ಲೂ ಒಣಮೆಣಸಿನ ರೂಪದಲ್ಲೂ ಮತ್ತು ಮೆಣಸಿನ ಹುಡಿಗಳ ರೂಪದಲ್ಲೂ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಸಣ್ಣ ರೈತರೂ, ಭೂರಹಿತ ಕೃಷಿಕರು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಭತ್ತದ ಗದ್ದೆಗಳಲ್ಲಿ ಭತ್ತದ ಬೆಳೆಯ ಕಟಾವಿನ ನಂತರ ಹಸಿಮೆಣಸನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಾರೆ. ಸಾಕಷ್ಟು ನೀರನ್ನು ಬೇಡುವ ಹಸಿಮೆಣಸಿಗೆ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಸಸ್ಯರೋಗಗಳು ಮತ್ತು ಕ್ರಿಮಿ ಕೀಟಗಳ ಹಾವಳಿ ಕಡಿಮೆ.

ಹಸಿಮೆಣಸು ಒಂದು ಅಂತರ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಆದಾಯವನ್ನು ನೀಡುವುದಲ್ಲದೆ ಕಡಿಮೆ ಅಪಾಯಗಳ ಅಂಶವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. 2000–01ರಲ್ಲಿ 62 ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ 599 ಟನ್ ಉತ್ಪಾದಿಸಿದರೆ 2008–09ರಲ್ಲಿ 69 ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ 1393 ಟನ್ ಉತ್ಪಾದಿಸಲಾಯಿತು. ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲೂ ಗಮನಾರ್ಹ ಏರಿಕೆಯಾಗಿದ್ದು 9ಟನ್‌ನಿಂದ 20.1ಟನ್‌ಗೆ ಏರಿಕೆಗೊಂಡಿತು.

ಹಸಿಮೆಣಸಿನ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ಆಶಾದಾಯಕವಾಗಿದೆ. ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಗಳು ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ.6.5, ಶೇ. 19.2 ಮತ್ತು ಶೇ. 11.8ರ ಗತಿಯಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡಿವೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ – 4.21

2000–01 ರಿಂದ 2008–09 ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಬಳಸಲ್ಪಟ್ಟ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ.

(ವಿಸ್ತೀರ್ಣ(ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ), ಉತ್ಪಾದನೆ (ಮೆ. ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ) ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ))

ಬೆಳೆ : ಸೌತೆಕಾಯಿ

	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09	ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರ %
ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	555	416	431	407	615	540	314	214	216	-9.7
ಉತ್ಪಾದನೆ	13875	6970	7310	5273	7195	6534	5118	4228	4228	-10.6
ಇಳುವರಿ	25	17	17	12.9	12.6	12.1	16.3	19.76	19.5	-1.2

ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ-ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09

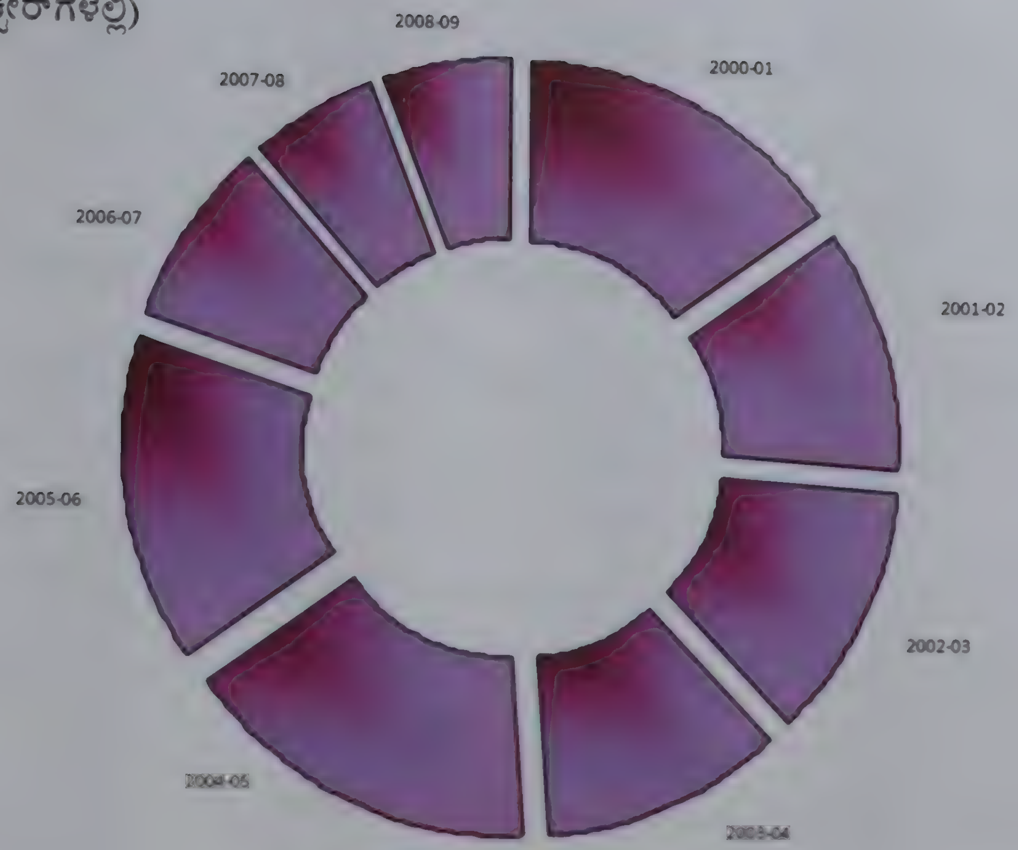
ಕೋಷ್ಟಕ – 4.22

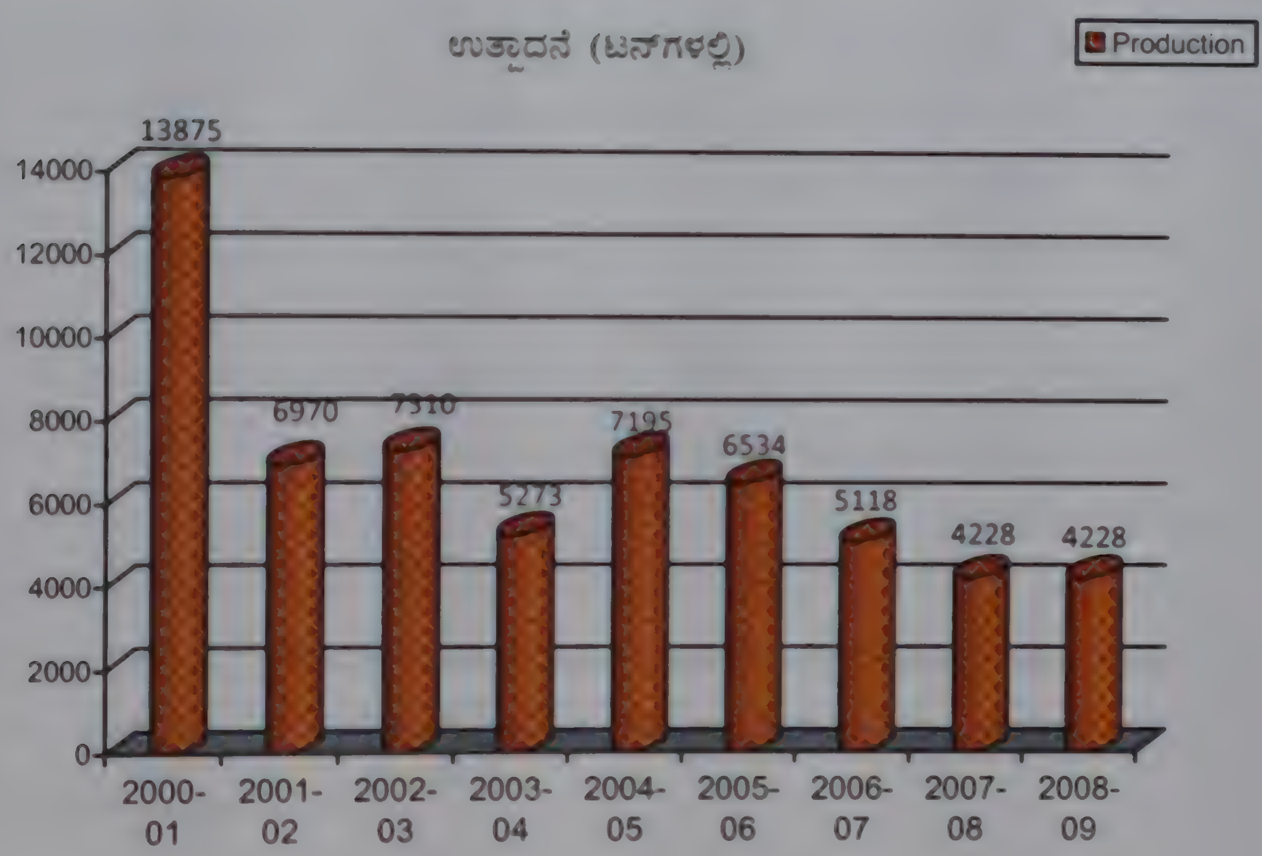
ಬೆಳೆ : ಹಸಿ ಮೆಣಸು

	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09	ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರ %
ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	62	23	56	62	68	61	66	63	69	6.5
ಉತ್ಪಾದನೆ	559	230	540	615	738	610	1208	1348	1393	19.2
ಇಳುವರಿ	9	10	10	9.9	10.9	10	18.3	21.39	20.1	11.8

ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ-ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09

ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)





ರೇಖಾಚಿತ್ರ 4.8

2000–01 ರಿಂದ 2008–09 ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸೌತೆಕಾಯಿ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಬಳಸಲ್ಪಟ್ಟ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ

4.8.2.9 ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ :

ಜಿಲ್ಲೆಯ ಇನ್ನೊಂದು ವಿಶಿಷ್ಟ ಬೆಳೆ ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ. ಹೊರ ಜಿಲ್ಲೆಗಳ ಬೆಂಡೆಕಾಯಿಗಿಂತ ದುಪ್ಪಟ್ಟು ದರದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾಗುವ ಬೆಂಡೆಕಾಯಿಗೆ ಅಪಾರ ಬೇಡಿಕೆಯಿದೆ. ಸಾಲಿಗ್ರಾಮ, ಕಾರ್ಕಡ, ಕೋಟ ಪಡುಕೆರೆ, ಕೋಟತಟ್ಟು ಮುಂತಾದ ಪ್ರದೇಶಗಳ ಬೆಂಡೆಕಾಯಿಯು ರುಚಿಯಲ್ಲಿ, ಬಾಳಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಸಾರಗಳಲ್ಲಿ ವಿಶೇಷತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.

ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ ಬೆಳೆಯು ಹಿಂದೆ ಕರಾವಳಿ ತೀರಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು ಜಿಲ್ಲೆಯಾದ್ಯಂತ ಅಪಾರ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿತ್ತು. ಆದರೆ ಇತರ ತರಕಾರಿಗಳ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿದ್ದಂತೆಯೇ ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಕುಸಿತವನ್ನು ಕಂಡಿದೆ. 2000-01 ರಲ್ಲಿ ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣವನ್ನು 257 ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ 2008-09ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ 150 ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ, ಉತ್ಪಾದನೆಯು 1542ಟನ್‌ನಿಂದ ಮಧ್ಯಂತರದಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆಗೊಂಡು ಅನಂತರ ಇಳಿಕೆಯಾಗಿ 1388ಟನ್‌ಗೆ ಮತ್ತು ಇಳುವರಿಯು 6.5ಟನ್‌ನಿಂದ ಏರಿಕೆಗೊಂಡು 9.25ಟನ್‌ಗೆ ತಲುಪಿತು.

ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ ಬೆಳೆಯ ಸಂಯುಕ್ತ ಪ್ರಗತಿದರವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವಾಗ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಗಳ ಗತಿಯು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿದ್ದರೆ ಇಳುವರಿಯ ದರವು ತೀರಾ ಅಲ್ಪವಾಗಿದೆ. ಅವುಗಳು ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ. -3.3, ಶೇ. -3.1 ಮತ್ತು ಶೇ. .1 ಆಗಿವೆ.

4.8.2.10 ಮರಗೆಣಸು :

ಜಿಲ್ಲೆಯ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಮರಗೆಣಸು ಕೇವಲ ತರಕಾರಿಯಾಗಿ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಆಹಾರ ಮೂಲವಾಗಿಯೂ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಳನಾಡಿನ ಕಡಿಮೆ ಭೂಸಾರವಿರುವ ಗುಡ್ಡಪ್ರದೇಶ, ಮುರಮಣ್ಣು ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ನೀರಾಶ್ರಯವಿರುವಲ್ಲಿ ಮರಗೆಣಸನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಾರೆ. ಸಮೀಪದ ಕೇರಳ ರಾಜ್ಯದಿಂದ ಜಿಲ್ಲೆಗೆ ಜನ ವಲಸೆ ಬಂದುದರ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಮರಗೆಣಸಿನ ಕೃಷಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಉತ್ತೇಜನ ದೊರಕಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಜನರಿಗೆ ಮರಗೆಣಸು ಸತ್ವದಾಯಕ, ಪೌಷ್ಟಿಕ ಮತ್ತು ಅಗ್ಗದ ತರಕಾರಿಯಾಗಿ ಪ್ರೀತಿಪಾತ್ರವಾಗಿದೆ.

ಕಳೆದ ಹತ್ತು ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮರಗೆಣಸಿನ ಕೃಷಿಯು ಬಲವಾಗಿ ಬೇರೂರುತ್ತಿದ್ದು ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣವು 2000-01ರಲ್ಲಿ 75 ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಇದ್ದುದು 2008-09ರಲ್ಲಿ 80 ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಏರಿತು. ಇದೇ ಅವದಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯು 750 ಟನ್‌ನಿಂದ 1168ಟನ್‌ಗೆ ಗಮಾನಾರ್ಹ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡಿತು. ಇಳುವರಿಯು ಕೂಡಾ ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಹತ್ತು ಟನ್ ಪ್ರತೀ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ 14.6ಟನ್‌ಗೆ ಏರಿಕೆಯಾಯಿತು. ಮರಗೆಣಸಿನ ಕೃಷಿಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ. 1.0, ಶೇ. 7.3 ಮತ್ತು ಶೇ. 6.0 ಆಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ – 4.23

2000–01 ರಿಂದ 2008–09 ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಬಳಸಲ್ಪಟ್ಟ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ.

(ವಿಸ್ತೀರ್ಣ(ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ), ಉತ್ಪಾದನೆ (ಮೆ. ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ) ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ (ಟನ್/ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)

ಬೆಳೆ : ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ

	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09	ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರ %
ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	257	143	226	215	268	236	212	152	150	-3.3
ಉತ್ಪಾದನೆ	1542	2130	2260	1891	2560	2124	1887	1412	1388	-3.1
ಇಳುವರಿ	6	15	10	8.7	9.5	9	8.9	9.29	9.25	.1

ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09

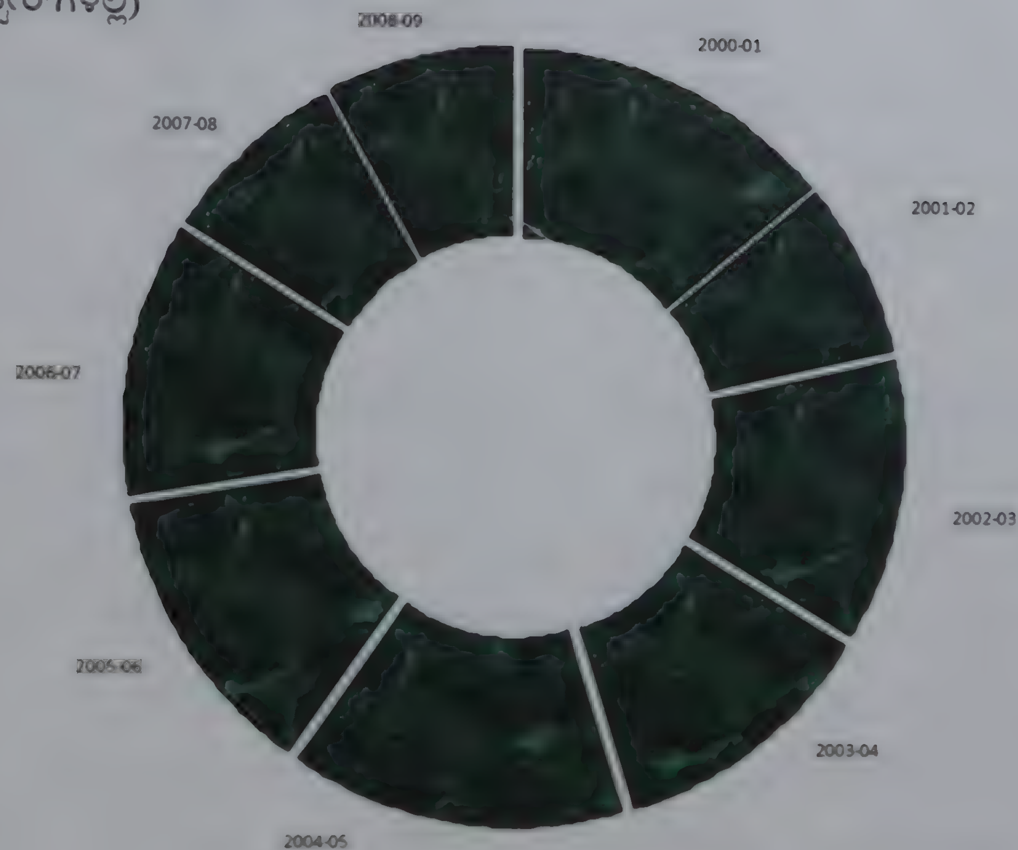
ಕೋಷ್ಟಕ – 4.24

ಬೆಳೆ : ಮರಗೆಣಸು

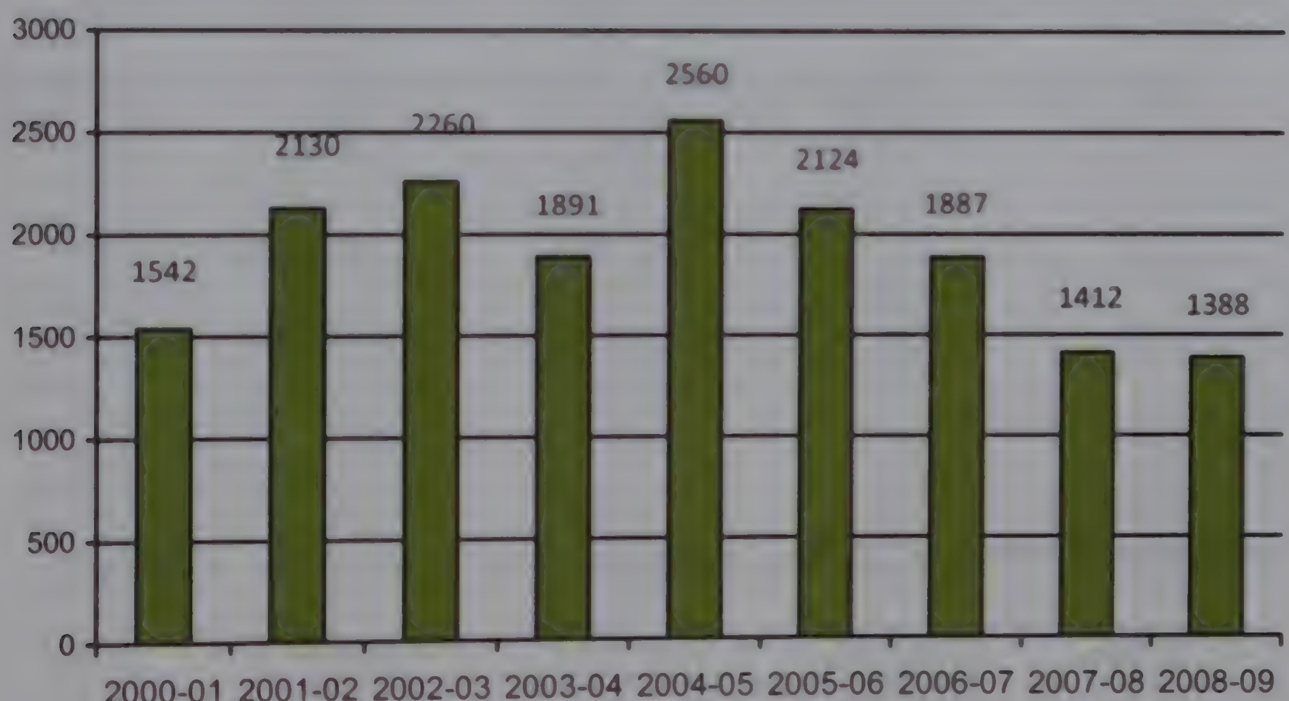
	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09	ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರ %
ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	75	78	63	65	70	72	69	79	80	1.0
ಉತ್ಪಾದನೆ	750	678	725	442	834	799	848	1144	1168	7.3
ಇಳುವರಿ	10	9	12	6.7	11.8	11.1	12.3	14.48	14.6	6.0

ಮೂಲ : ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09

ವಿಸ್ತೀರ್ಣ (ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)



ಉತ್ಪಾದನೆ (ಟನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)



ರೇಖಾಚಿತ್ರ 4.9
2000–01 ರಿಂದ 2008–09 ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಬಳಸಲ್ಪಟ್ಟ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯು ಕಳೆದ ಹತ್ತು ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ದಾಖಲಿಸಿದೆ. ಪ್ರಮಾಣಾತ್ಮಕವಾಗಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವುದಿದ್ದರೆ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಗಳು ಋಣಾತ್ಮಕ ಗತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ಅಂದರೆ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಾದ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣವು ಶೇ. –9.4ರ ದರದಲ್ಲೂ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಶೇ. –5.1ರ ದರದಲ್ಲಿ ಕುಸಿತವನ್ನು ಕಂಡಿವೆ. ಆದರೆ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು ಶೇ. 4.8 ರ ಗತಿಯಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡಿವೆ.

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯನ್ನು ಗುಣಾತ್ಮಕವಾಗಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವುದಿದ್ದರೆ, ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಅಡಕಗಳಲ್ಲಿ ಬಹಳಷ್ಟು ಬದಲಾವಣೆಗಳಾಗಿವೆ. ಬದನೆ, ಹಸಿಮೆಣಸು, ಮರಗೆಣಸು, ಸಿಹಿಕುಂಬಳ ಮತ್ತು ತೊಂಡೆಕಾಯಿಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ ಗತಿಗಳು ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿವೆ. ಸಿಹಿಗೆಣಸು, ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ, ಸೊಪ್ಪು ತರಕಾರಿ, ಪಡುವಲಕಾಯಿ, ಹಾಗಲಕಾಯಿ ಮತ್ತು ಹೀರೆಕಾಯಿಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಋಣಾತ್ಮಕ ಗತಿಯಲ್ಲೂ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯ ಗತಿಯು ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿಯೂ ಕಾಣಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ. ಉಳಿದಂತೆ ಹುರುಳಿಕಾಯಿ, ಬೂದುಕುಂಬಳ ಮತ್ತು ಸೌತೆಕಾಯಿಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಗಳ ಪ್ರಗತಿ ದರಗಳು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿವೆ.

ಹೀಗೆ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾದ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಮುಂದಿನ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗಾಗಿ ಪ್ರಮುಖ ಐದು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಆಯ್ದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಅವುಗಳೆಂದರೆ

1. ಬದನೆ
2. ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ
3. ಬೂದುಕುಂಬಳ
4. ಸೌತೆ
5. ಸಿಹಿಗೆಣಸು

2008–09 ಮತ್ತು 2009–10ರ ಅವಧಿಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಮೇಲಿನ ಐದು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣವು ಗಮನಾರ್ಹ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿದೆ ಮತ್ತು ಈ ಐದು ತರಕಾರಿಗಳು ಮೂರು ವಿವಿಧ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಸೇರಿದವುಗಳಾಗಿವೆ.

ಬದನೆ ತರಕಾರಿಯ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಗಳು ಈ ದಶಕದಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಏರಿವೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಗತಿ ದರವು ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿದೆ. ಸಿಹಿಗೆಣಸು ಮತ್ತು ಬೆಂಡೆಕಾಯಿಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಗಳು ಇಳಿಕೆಗೊಂಡಿದ್ದರೆ ಇಳುವರಿ ದರಗಳು ಏರಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ಉಳಿದಂತೆ ಬೂದುಕುಂಬಳ ಮತ್ತು ಸೌತೆ ಕಾಯಿಗಳ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ ದರಗಳು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿವೆ.

ಮುಂದಿನ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಈ ಮೇಲಿನ ಐದು ತರಕಾರಿಗಳ ಬೆಲೆಗಳ ಆವರ್ತ, ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬಲೆ, ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ದೊರಕಿದ ಬೆಲೆ, ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಚುಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ.

4.8.3 ಮಟ್ಟೆ ಗುಳ್ಳದ ಆರ್ಥಿಕತೆ :

ಕರ್ನಾಟಕದ ದಕ್ಷಿಣ ಕರಾವಳಿಯ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ವಿಶಿಷ್ಟ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಪ್ರಧಾನ ಆದಾಯದ ಮೂಲವಾಗಿರದಿದ್ದರೂ ಕೃಷಿಯ ಅನಿಶ್ಚಿತತೆ ಮತ್ತು ಋತು ಸಂಬಂಧಿ ಉದ್ಯೋಗ ನೀಡಿಕೆಯನ್ನು ನಿವಾರಿಸುವಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಹಚ್ಚುವರಿ ಆದಾಯದ ಮೂಲವನ್ನು ಒದಗಿಸುವಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಪ್ರಾತಿನಿಧಿಕವಾಗಿ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳದ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಅಧ್ಯಯನದ ಮೂಲಕ ಕೈಗೊಳ್ಳಬಹುದು. ಉಡುಪಿಯ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳ ಅಥವಾ ವಾದಿರಾಜ ಗುಳ್ಳ ಎಂಬ ಬದನೆಯ ಪ್ರಕಾರವು ಜಿಲ್ಲೆಯ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಸುಮಾರು 400 ವರುಷಗಳ ಇತಿಹಾಸವಿರುವ ಈ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯು ಧಾರ್ಮಿಕ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.

4.8.3.1 ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಹಿನ್ನಲೆ :

ಮಟ್ಟುಗುಳ್ಳದ ಹಿಂದೆ ಹಲವಾರು ತಲೆಮಾರುಗಳನ್ನು ಹಾದುಬಂದ ರೋಚಕವಾದ ಒಂದು ಧಾರ್ಮಿಕ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ, ಮೌಖಿಕ ಐತಿಹ್ಯವಿದೆ. ಹಿಂದೆ ಆಗಿಹೋದ ಉಡುಪಿಯ ಅಷ್ಟಮಠಗಳಲ್ಲೊಂದಾದ ಶ್ರೀ ಸೋದೆ ಮಠದ ಪ್ರಮುಖ ಯತಿ ಪವಾಡ ಪುರುಷ ಶ್ರೀ ವಾದಿರಾಜ ತೀರ್ಥ ಶ್ರೀಪಾದರ ವಿಶೇಷ ಅನುಗ್ರಹದಿಂದ ಪ್ರಖ್ಯಾತವಾದ ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳವು ವಾದಿರಾಜ ಗುಳ್ಳವೆಂದೂ ಹೆಸರನ್ನು ಪಡೆದಿದೆ. ಶ್ರೀ ವಾದಿರಾಜ ಶ್ರೀಪಾದರು ಪ್ರತಿದಿನ ಮಡ್ಡಿ ಎಂಬ ಕಡಲೆಬೇಳೆ ಬೆಲ್ಲ ತೆಂಗಿನಕಾಯಿ ಮುಂತಾದ ಸಾಮಾಗ್ರಿಗಳಿಂದ ತಯಾರಿಸಿದ ಸವಿಯಾದ ಭಕ್ಷ್ಯವನ್ನು ತಮ್ಮ ಆರಾಧ್ಯ ದೇವರಾದ ಹಯವದನನಿಗೆ ಸಮರ್ಪಿಸುತ್ತಿದ್ದರು. ಶ್ರೀಪಾದರ ಗಾಢವಾದ ಭಕ್ತಿಗೆ ಮಾರುಹೋದ ಶ್ರೀಕೃಷ್ಣ ಪರಮಾತ್ಮನು ಅವರ ಬೆನ್ನ ಹಿಂದೆ ಕುದುರೆ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಬಂದು ಹೆಗಲಮೇಲೆ ಪಾದವಿರಿಸಿ ಅರ್ಧಾಂಶ ಮಡ್ಡಿಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ಸಂಪ್ರೀತನಾಗುತ್ತಿದ್ದ. ಆದರೆ ನಾಸ್ತಿಕರೂ ಕುಹಕಿಗಳೂ ಆದ ಕೆಲವರಿಗೆ ಶ್ರೀಪಾದರ ಖ್ಯಾತಿಯನ್ನು ಸಹಿಸಲಾಗಲಿಲ್ಲ. ಹೀಗಾಗಿ ಮಡ್ಡಿಯನ್ನು ದೇವರು ಬಂದು ತಿನ್ನುವುದಿಲ್ಲ. ವಾದಿರಾಜರೇ ಸ್ವತಃ ಕಬಳಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಅವರ ಮೇಲೆ ಅಪವಾದ ಹೇರಿಸಿದರು. ಇಷ್ಟೂ ಸಾಲದೆನ್ನುವಂತೆ ಶ್ರೀವಾದಿರಾಜರನ್ನು ಮುಗಿಸಿಬಿಡುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಒಂದು ದಿನ ಆ ಮಡ್ಡಿಗೆ ಮಾರಕವಾದ ವಿಷವನ್ನು ಬೆರೆಸಿದರು. ಅಂದು ಭಗವಂತ ತನ್ನ ಭಕ್ತನ

ಉಳಿವಿಗಾಗಿ ಎಲ್ಲಾ ಮಡ್ಡಿಯನ್ನು ತಾನೇ ತಿಂದು ಮುಗಿಸಿದ. ಹೀಗಾಗಿ ಇಷ್ಟು ದಿನವೂ ದೇವರು ತಿಂದು ಉಳಿದ ಮಡ್ಡಿಯನ್ನು ಪ್ರಸಾದ ರೂಪವಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಿದ್ದ ಶ್ರೀವಾದಿರಾಜರಿಗೆ ಅಂದು ದೇವರ ಪ್ರಸಾದ ಸಿಗದೇ ಹೋಯಿತು. ಇದರಿಂದ ದುಃಖಿತರಾದ ಅವರು ಉಪವಾಸ ಮಲಗಿದರು. ಆ ರಾತ್ರಿ ಅವರಿಗೆ ಕನಸಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷನಾದ ಪರಮಾತ್ಮ ನಿಜಸಂಗತಿಯನ್ನು ಮನವರಿಕೆ ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟ . "ನಿನ್ನ ಶತ್ರುಗಳು ನಿನ್ನನ್ನು ಕೊಲ್ಲಲೆಂದು ಸಂಚುಮಾಡಿ ಈ ದಿನ ಮಡ್ಡಿಯಲ್ಲಿ ಘೋರವಾದ ವಿಷವನ್ನು ಸೇರಿಸಿದ್ದರು. ನಿನ್ನನ್ನು ಕಾಪಾಡಲೆಂದು ನಿನಗಾಗಿ ಏನನ್ನೂ ಉಳಿಸದೆ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ತಿಂದು ಮುಗಿಸಿದೆ. ಈಗ ವಿಷಭಾದೆಯಿಂದ ನನ್ನ ಶರೀರವಿಡೀ ನೀಲಿಗಟ್ಟಿ ವಿಷವರ್ಣವಾಗಿದೆ. ಇದು ಪರಿಹರಿಸಲ್ಪಡಬೇಕಾದರೆ ನೀನು ಮಟ್ಟು ಗ್ರಾಮದ ನಿವಾಸಿಗಳಿಗೆ ಗುಳ್ಳದ ಬೀಜವನ್ನು ನೀಡಿ ಅಲ್ಲಿ ಬೆಳೆದ ಗುಳ್ಳವನ್ನು ನನಗೆ ಸಮರ್ಪಿಸಬೇಕು" ಎಂದು ಹೇಳಿ ಅಂತರ್ಧಾನನಾದನು . ಶ್ರೀ ವಾದಿರಾಜ ಶ್ರೀಪಾದರು ದೇವರ ಅಪ್ಪಣೆಯನ್ನು ಅಕ್ಷರಶಃ ಪಾಲಿಸಿದರು. ಅದರಂತೆ ಮಟ್ಟುಗ್ರಾಮದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಸಿದ ಗುಳ್ಳವನ್ನು ದೇವರಿಗೆ ಸಮರ್ಪಿಸಿದಾದ ದೇಹದಲ್ಲಿ ಆವರಿಸಿದ್ದ ಹೆಚ್ಚಿನ ನೀಲವರ್ಣ ತೊಲಗಿತಂತೆ. ಅಂದಿನಿಂದ ಮಟ್ಟುಗ್ರಾಮದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಸಿದ ಬದನೆಯು ವಾದಿರಾಜ ಗುಳ್ಳವೆಂದೇ ಪ್ರಸಿದ್ಧಿ ಪಡೆಯಿತು. (ಪಾರ್ಥಸಾರಥಿ ಅರಳುಮಲ್ಲಿಗೆ, 2001) ಉಡುಪಿಯ ಪರ್ಯಾಯ ಮಹೋತ್ಸವದ ಅನ್ನಸಂತರ್ಪಣೆಯಲ್ಲಂತೂ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳಕ್ಕೆ ಅಗ್ರಸ್ಥಾನ.

4.8.3.2 ಸಾಮಾಜಿಕ ಆಯಾಮ:

ಉಡುಪಿಯ ಕರಾವಳಿ ತೀರದ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳವು ಜಿಲ್ಲೆಯ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಬದುಕಿಗೆ ವಿಶಿಷ್ಟ ಆಯಾಮವನ್ನು ನೀಡಿದೆ. ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕೆಲಸ ಕಾರ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಸುಮಾರು 200 ಕುಟುಂಬಗಳು ತಮ್ಮ ಸಾಮಾಜಿಕ – ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಬದುಕಿಗೆ ನೆಲೆಗಟ್ಟಾಗಿ ಈ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ಸುಮಾರು 200 ಕುಟುಂಬಗಳು ನೇರವಾಗಿಯೂ ಇನ್ನೂ 100 ಕುಟುಂಬಗಳು ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿಯೂ (ಬೀಜಪೂರೈಕೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಇತ್ಯಾದಿ) ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ತರಕಾರಿಯೊಂದಿಗೆ ಬೆಸೆದುಕೊಂಡಿವೆ. ಸುಮಾರು 1940ರ ಹೊತ್ತಿಗೆ ಕೇವಲ 50–60 ಎಕರೆ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿದ್ದ ಈ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯು ವಿಸ್ತರಿಸುತ್ತಾ ಹೋಗಿ ಈಗ ಸುಮಾರು 600 ಎಕರೆಗಳಷ್ಟು ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಕೃಷಿಕರ ಸಮಾಜಿಕ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯವೆಂದರೆ ಸುಮಾರು 90% ರೈತರು ಹಿಂದುಳಿದ ವರ್ಗ ಮತ್ತು ಪರಿಶಿಷ್ಟ ಪಂಗಡಗಳಿಗೆ ಸೇರಿದವರು. ಈ ಹಿಂದೆ ಸಮಾಜದ ಮೇಲ್ವರ್ಗದ ಜನರಿಗೆ ಸೇರಿದ ಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ ಗೇಣಿ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಈ

ಜನರು ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದರು. ಮುಂಗಾರು ಋತುವಿನಲ್ಲಿ ಭತ್ತದ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆದ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಮಟ್ಟುಗುಳ್ಳವನ್ನು ಬೆಳೆಸುತ್ತಿದ್ದರು. ಭೂಮಾಲಿಕರ ವಿಶೇಷ ಮರ್ಜಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ, ಅವರೇ ನಿಗದಿಗೊಳಿಸಿದ ಗೇಣಿ ಮತ್ತು ಇತರ ಶರ್ತಗಳಿಗೆ ಒಳಪಟ್ಟಂತೆ ಈ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯು ಬೆಳೆಯಲ್ಪಡುತ್ತಿತ್ತು. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಕರ ಶೋಷಣೆಯೇ ಹೆಚ್ಚಿದ್ದು, ಅವರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ಮತ್ತು ಉತ್ತೇಜನವಿರಲಿಲ್ಲ. ಬೆಳೆಗಾರರ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಯೂ ತೀರಾ ಹದಗೆಟ್ಟಿತ್ತು. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ತೀರ ಅಲ್ಪ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ ಅಂದರೆ ಮಟ್ಟು ಗ್ರಾಮ ಮತ್ತು ಸುತ್ತಲಿನ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ಸೀಮಿತಗೊಂಡಿತ್ತು.

ಆದರೆ ಸರಕಾರದ ಭೂ ಮಸೂದೆ ಕಾಯಿದೆಯು ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ವರದಾನವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿ, ಆ ಪ್ರದೇಶದ ಕೃಷಿಕರಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ – ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಕ್ರಾಂತಿಯನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡಿದೆ. ಸದ್ಯದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥಿತಿಗತಿಯಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು 90 ಶೇಕಡಾ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಕರು ಸಮಾಜದ ನಿಮ್ನ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಸೇರಿದವರು. ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 20 ರಷ್ಟು ಕೃಷಿಕರು ಭೂ ಒಡೆತನ ಹೊಂದಿದ್ದರೆ ಶೇಕಡಾ 80 ಬೆಳೆಗಾರರು ಭೂರಹಿತರು ಮತ್ತು ಭೂಮಿಯನ್ನು ಇತರರರಿಂದ ಗೇಣಿಗೆ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳ ಬೆಳೆಯು ಈ ಪ್ರದೇಶದ ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ಈ ಹಿಂದೆ ಉಪವೃತ್ತಿಯಾಗಿತ್ತು. ಆದರೆ ಈಗ ಕೃಷಿಕರಲ್ಲಿ ಉಂಟಾದ ಮಾಹಿತಿ ಕ್ರಾಂತಿಯಿಂದಾಗಿ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಬೆಳೆಯು ಪ್ರಧಾನ ವೃತ್ತಿಯಾಗಿಯೂ ಪ್ರಧಾನ ಆದಾಯದ ಮೂಲವಾಗಿಯೂ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಡುತ್ತಿದೆ. ಸುಮಾರು 250 ಕುಟುಂಬಗಳಿಗೆ ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷವಾಗಿ–ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ಸ್ವಾವಲಂಬನೆಯ ಬದುಕಿನ ದಾರಿಯನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಅದರಲ್ಲಿಯೂ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಭೂ ರಹಿತರ, ಸಮಾಜದ ನಿಮ್ನ ವರ್ಗದವರ ಮತ್ತು ಮಹಿಳೆಯರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ.

ಇಂದು ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಬೆಳೆಯುವ ಕೃಷಿ ವಿಧಾನವು ಮಹಿಳೆಯರ ಶ್ರಮವನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಬಯಸುತ್ತದೆ. ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ ಮಣ್ಣು ಹದಮಾಡಿ, ಪಾತಿಗೊಳಿಸುವುದು, ಕೀಟನಾಶಕ ಸಿಂಪಡಿಸುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಕೊನೆಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಾಗಾಟ ಈ ಕಾರ್ಯಗಳಲ್ಲಷ್ಟೇ ಗಂಡಸರ ಶ್ರಮ ಬಯಸುವ ಈ ಕೃಷಿಯು ಇನ್ನುಳಿದಂತೆ ಬೀಜ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಬೀಜ ನಾಟಿ, ಸಸ್ಯ ಸಂರಕ್ಷಣೆ, ಕಳೆಕೀಳುವಿಕೆ, ನೀರು ಹಾಯಿಸುವಿಕೆ, ಕೀಟ ನಿಯಂತ್ರಣ, ಗೊಬ್ಬರ ನೀಡುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಕಟಾವು ಮುಂತಾದ ಕೆಲಸ ಕಾರ್ಯಗಳಿಗೆ ಮಹಿಳೆಯರ ಶ್ರಮವೇ ಹೆಚ್ಚು ಸೂಕ್ತ. ಈ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಈ ಬೆಳೆಯು ಮಹಿಳಾ ಸಬಲೀಕರಣ ಮತ್ತು ಸ್ವಾವಲಂಬನೆಗೆ ಒತ್ತು ನೀಡಿದೆ.

ಹೀಗೆ ಸಮಾಜದ ದುರ್ಬಲ ವರ್ಗದವರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಮಹಿಳಾ ಸಬಲೀಕರಣಕ್ಕೆ ಹೇತುವಾದ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಯು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಇತರ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳಿಗೆ ಮಾದರಿಯಾಗಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಇತರ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸುವ ಅವಕಾಶ. ಸಾಧ್ಯತೆ ಇರುವಲ್ಲಿ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ ಸಾಮಾಜಿಕ – ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಹೊಂದಬಹುದಾಗಿದೆ.



ಮಟ್ಟ ಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿ



ಮಟ್ಟ ಗುಳ್ಳ ಕೊಯ್ಲಿನಲ್ಲಿ ನಿರತಳಾದ ಮಹಿಳೆ

4.8.3.3 ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಗತಿ:

ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ರೈತರ ಸಾಮಾಜಿಕ–ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮತ್ತು ಧಾರ್ಮಿಕ ಪರಂಪರೆ ಶ್ರೀಮಂತವಾಗಿದ್ದರೂ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಗತಿ ಅಷ್ಟೊಂದು ಕಮನೀಯವಾಗಿಲ್ಲ. ಹತ್ತು ಹಲವು ತೊಂದರೆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುವ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಂಕಷ್ಟದ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಸರಕಾರದ–ಸಂಘ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಸಹಾಯವನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುವಂತಾಗಿದೆ.

ದಶಕಗಳ ಹಿಂದೆ ಕೇವಲ ಉಪವೃತ್ತಿಯಾಗಿದ್ದ ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳವು ಈಗ ಪ್ರಧಾನ ಕೃಷಿಯಾಗಿದೆ, ಮತ್ತು ಪ್ರಧಾನ ಆದಾಯದ ಮೂಲವಾಗಿದೆ. ಮೂಲಭೂತವಾಗಿ ಅಲ್ಪಾವಧಿಯದ್ದಾಗಿದ್ದರೂ ಈಗ ತೀರಾ ಸಾಂದ್ರ ಮಳೆಗಾಲ ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಬಹುತೇಕ ವರ್ಷ ಪೂರ್ತಿ ಬೆಳೆಸುತ್ತಾರೆ. ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕಟಪಾಡಿ ಗ್ರಾಮದ ಮಟ್ಟು ಕೇಂದ್ರವಾಗಿ ಸುಮಾರು 600 ಎಕರೆ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆದು ಸುಮಾರು 300 ಕುಟುಂಬಗಳು ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ವಾವಲಂಬನೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿವೆ. ಮಟ್ಟು, ಕೈಪುಂಜಾಲು, ಮಟ್ಟು ಪಡುಕೆರೆ, ಪಾಂಗಾಳ, ಕಟಪಾಡಿ, ಅಂಬಾಡಿ ಬೈಲು, ಕಾಪು, ಕೋಟೆ, ಉಳಿಯಾರಗೋಳಿ, ಕಜಕೋಡಿ, ಖಂಡಿಗೆ, ಏಣಗುಡ್ಡೆ ಮುಂತಾದ ಗ್ರಾಮಗಳಲ್ಲಿ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳವನ್ನು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಸಾಂಪ್ರದಾಯಕವಾಗಿ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ಮಳೆಗಾಲದ ಅಬ್ಬರದ ನಂತರ ಅಕ್ಟೋಬರ ತಿಂಗಳಿಗೆ ಪ್ರಾಂಭವಾಗುವ, ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಕಾರ್ಯಗಳು ಡಿಸೆಂಬರ್‌ನಲ್ಲಿ ಇಳುವರಿಗೆ ಸಿದ್ಧವಾಗಿ ಮೇ ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಕೊನೆಗೊಳ್ಳುತ್ತಿತ್ತು. ಆದರೆ ಈಗ ಮುಂಗಾರು ಮಳೆಯ ಅಬ್ಬರವಿಳಿದೊಡನೆ ಬೆಟ್ಟು ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಬೀಜ ಬಿತ್ತನೆ ಮಾಡಿ ಸಪ್ಟೆಂಬರ್ ತಿಂಗಳಿಗೇ ಸಸಿನಾಟಿ ಮಾಡಿ ನವೆಂಬರ್ ತಿಂಗಳ ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿಯೇ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರವೇಶಿಸುತ್ತಿದೆ. ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪೂರೈಕೆಯು ಜುಲೈತಿಂಗಳ ಪ್ರಾರಂಭದವರೆಗೂ ವಿಸ್ತರಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ.

ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಸಮಯ ವಿಸ್ತರಣೆಗೊಂಡಿದ್ದರೂ ಉತ್ಪಾದನೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ತೀರಾ ಅಪಾಯಕ್ಕೆ ಒಡ್ಡಿಕೊಂಡಿದೆ. ಅಕಾಲದಲ್ಲಿ ಬೀಳುವ ಮಳೆಯು ತಗ್ಗು ಸಾಲಿನ ಗದ್ದೆಗಳಲ್ಲಿ ನೀರು ನಿಲ್ಲಿಸಿ ಗಿಡಗಳನ್ನು ಬುಡಸಮೇತ ಕೊಳೆಯಿಸಿ ಕೃಷಿ ನಾಶಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಗಿಡಗಳು ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಆರೈಕೆಯಿಂದ ಬೆಳೆದು ಇಳುವರಿ ಸಿದ್ಧವಾಗುವ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಬರುವ ಮಳೆಯು ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ಶಾಪವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿ ಕೃಷಿನಾಶಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ.

ಇತ್ತೀಚಿಗಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆ ಮಾದರಿಯು ಬದಲಾಗಿದೆ. ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳವು ಪ್ರಧಾನ ಬೆಳೆಯಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಡುತ್ತಿದ್ದು. ವರ್ಷಕ್ಕೆ ಸಾಧಾರಣವಾಗಿ 3 ರಿಂದ 4 ತಿಂಗಳು ಹೊರತು ಪಡಿಸಿ ಕುಟುಂಬದ ಸರ್ವ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿದೆ. ಕುಟುಂಬದ ಮಹಿಳೆಯರ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಗೂ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ.

ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಕರು ಬದಲಾದ ವಿದ್ಯಮಾನಕ್ಕೆ ಸ್ಪಂದಿಸಿದುದರ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಕೃಷಿವಿಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಗಮನಾರ್ಹ ಬದಲಾವಣೆಗಳಾಗಿವೆ. ಬೀಜ ಸಂಸ್ಕರಣೆ, ಯಾಂತ್ರೀಕರಣ, ಸುಧಾರಿತ ನೀರಾವರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಕೀಟ ಹಾಗೂ ಕ್ರಿಮಿನಾಶಕಗಳ ಬಳಕೆ , ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳ ಬಳಕೆ, ಮುಂತಾದ ಸುಧಾರಿತ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಆದಾಗ್ಯೂ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ತಳಿಯ ಹೊರತಾಗಿ ಇತರ ಪ್ರಯೋಗಗಳಾಗಿಲ್ಲ. ಇದು ಗಮನಾರ್ಹವೂ ಅಪೇಕ್ಷಣೀಯ ವಿಚಾರವೂ ಹೌದು.

ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಕರು ತೀರಾ ಇತ್ತಿಚೆಗಷ್ಟೇ ಬೀಜ ಸಂಸ್ಕರಣೆಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ವಿಧಾನದ ಹೊರತಾಗಿ ಕೃಷಿ ವಿಜ್ಞಾನ ಕೇಂದ್ರದ ನೆರವಿನ ಮೂಲಕ ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಬೀಜ ಸಂಸ್ಕರಣೆಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ಸಫಲತೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಸಧ್ಯದ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾನವ ಶ್ರಮ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ರೈತರು ಯಾಂತ್ರೀಕೃತ ಉಳುಮೆಯನ್ನು ಕೈಗೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಮರಳು ಮಿಶ್ರಿತ ಹುಡಿ ಮಣ್ಣು ಯಾಂತ್ರೀಕೃತ ಉಳುಮೆಯಿಂದ ಹಸನಾಗಿ ಹದಗೊಂಡು ಸಸಿಗಳು ಹುಲುಸಾಗಿ ಬೆಳೆಯುವುದನ್ನು ರೈತರು ಕಂಡುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ.

ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಗೆ ನಿರಾವರಿಯು ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಮುಖವಾದುದು. ನಾಟಿಯ ಪ್ರಾರಂಭದ ತಿಂಗಳು ಎರಡು ಬಾರಿ ಅನಂತರ ಪ್ರತಿವಾರಕ್ಕೆ ಎರಡುಬಾರಿಯಂತೆ ನೀರುಣಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಕಡಲ ತಡಿಯಲ್ಲಿದ್ದರೂ ತೀವ್ರ ನೀರಾವರಿ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಎದುರುಸುತ್ತಿರುವ ರೈತರು ನೀರಾವರಿಗೆ ತಮ್ಮದೇ ಮೂಲಗಳ ಹೊರತಾಗಿ ಬೇರೆಯವರಿಂದ ಗಂಟೆಗೆ ಇಂತಿಷ್ಟು ಎಂಬ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ನೀರಾವರಿ ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಗಿಡಗಳಿಗೆ ನೀರುಣಿಸಲು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಮಹಿಳಾ ಶ್ರಮವನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ತೀರಾ ಇತ್ತೀಚಿನವರೆಗು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದ ರೈತರು ಈಗ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ರಾಸಾಯನಿಕ ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳನ್ನು ಕ್ರಿಮಿನಾಶಕ, ಕೀಟನಾಶಕಗಳನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇದರಿಂದ ಇಳುವರಿಯು ಗಮನಾರ್ಹವಾಗಿ ಏರಿದ್ದರೂ ರಾಸಾಯನಿಕಗಳ ದುಷ್ಪರಿಣಾಮಗಳು ಇನ್ನಷ್ಟೇ ರೈತರ ಅನುಭವಕ್ಕೆ ಬರಬೇಕಿದೆ.

4.8.3.4 ಬೆಲೆನಿರ್ಧಾರ :

ಮಟ್ಟುಗುಳ್ಳದ ಬೆಲೆನಿರ್ಧಾರ ಮತ್ತು ಏರಿಳಿತವು ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರದ ಸಿದ್ಧಾಂತಕ್ಕೆ ಅನುಸಾರವಾಗಿ ನಡೆಯುತ್ತದೆ. ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಗಳೇ ಬಹುಮಟ್ಟಿಗೆ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಸ್ಥಿತ್ಯಂತರವೇ ಬೆಲೆ ಏರಿಳಿತಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.

ಇಳುವರಿಯ ಪ್ರಾರಂಭದ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಪೂರೈಕೆ ನಿಯಮಿತವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧಾರದಲ್ಲಿ ಪೂರೈಕೆಯೇ ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಅನಂತರ ಹಂತ ಹಂತವಾಗಿ

ಇಳುವರಿ ಹೆಚ್ಚುಗೊಂಡಂತೆ ಪೂರೈಕೆಯು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ತನ್ನ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. (ಜನವರಿ, ಫೆಬ್ರವರಿ ಮತ್ತು ಮಾರ್ಚ್) ಈ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಬೇಡಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಿದಂತೆ ಬೆಲೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತದೆ. ಬೇಡಿಕೆ ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಬೆಲೆ ಕುಸಿಯುತ್ತದೆ. ಕೊನೆಯ ಹಂತದಲ್ಲಿ (ಎಪ್ರೀಲ್ ಮೇ, ಜೂನ್, ಮಾರ್ಚ್‌ಗಳಲ್ಲಿ) ಪುನಃ ಪೂರೈಕೆಯು ಕಡಿಮೆಯಾಗುವ ಕಾರಣ ಬೆಲೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತದೆ.

ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಮೂಟೆ ಒಂದರ (ಸುಮಾರು 60 ರಿಂದ 80 ಸಂಖ್ಯೆ) ಅಂದಾಜು 50ಕಿ.ಗ್ರಾಂ. ಬೆಲೆಯು ರೂ 400 ರಿಂದ ರೂ 2000 ರವರೆಗೂ ವ್ಯಾಪಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ ಮೂಟೆ ಒಂದರ ಬೆಲೆಯು ರೂ 1000 ರಿಂದ ರೂ 1600 ದ ವರೆಗಿದ್ದರೆ ಮಧ್ಯದ ಹಂತದಲ್ಲಿ ರೂ. 400 ರಿಂದ ರೂ 600 ವರೆಗೆ ಧಾರಣೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಮೂರನೆ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಪುನಃ ಬೆಲೆ ಏರಿಕೆ ಉಂಟಾಗಿ ಧಾರಣೆಯು ಮೂಟೆ ಒಂದರ ರೂ 1800 ರಿಂದ ರೂ 2000 ವರೆಗೂ ತಲುಪಿದ ನಿದರ್ಶನಗಳಿವೆ.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳದ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಸೀಮಿತವಾಗಿರುವ ಕಾರಣ ಬೆಲೆನಿರ್ಧಾರ ಮತ್ತು ಆವರ್ತಗಳಲ್ಲಿ ಪೂರೈಕೆಯದೇ ಮೇಲುಗೈ.

4.8.3.6 ಸಮಸ್ಯೆಗಳು :

ಒಂದು ಎಕರೆ ಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಬೆಳೆಸಬೇಕಾದರೆ ಸುಮಾರು ರೂ. 30ಸಾವಿರದಿಂದ 50ಸಾವಿರದವರೆಗೆ ವ್ಯಯಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಉತ್ತಮ ಧಾರಣೆಯಿರುವ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಎಕರೆಗೆ ರೂ. 60ಸಾವಿರದಿಂದ 80ಸಾವಿರದವರೆಗೂ ಆದಾಯಗಳಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಆರ್ಥಿಕ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಯು ಲಾಭದಾಯಕವಾಗಿದ್ದರೂ ಹಲವಾರು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯವಾದುದೆಂದರೆ.

1. ಹವಮಾನ ವೈಪರೀತ್ಯ (ಅಕಾಲಿಕ ಮಳೆ)
2. ಕ್ರಿಮಿ ಕೀಟಗಳು – ಸಸ್ಯರೋಗಗಳು
3. ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳ ಕೊರತೆ
4. ಕೆಲಸಗಾರರ ಕೊರತೆ
5. ನೀರಾವರಿ ಕೊರತೆ
6. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಸ್ಯೆ
7. ಸಾಗಾಟ – ಸಾರಿಗೆ ಸಮಸ್ಯೆ
8. ಸರಕಾರಿ ಅಧಿಕಾರಿಗಳ ನಿರ್ಲಕ್ಷ್ಯ



ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳವನ್ನು ಬಾಧಿಸುವ ಹುಳಗಳು



ಹುಳಗಳಿಂದ ಹಾಳಾದ ಬೆಳೆ

1. **ಹವಾಮಾನ ವೈಪರೀತ್ಯ :**

ಅಕಾಲಿಕ ಮಳೆಯು ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಗೆ ಪ್ರಥಮ ಶತ್ರು . ನಾಟಿ ಮಾಡಿದ ಮೊದಲ ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಮಣ್ಣಿನಲ್ಲಿ ತೇವಾಂಶವಿರುವ ಕಾರಣ ಎರಡು ಸಲ ನೀರಾವರಿಯ ಅವಶ್ಯವಿದ್ದರೂ ಅನಂತರದ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಮಳೆಯು ಬೆಳೆಯನ್ನು ನಾಶ ಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಸಸ್ಯದ ಎಲೆಯು ದಪ್ಪವಿದ್ದು ಬುಡ ತೀರಾ ದುರ್ಬಲವಿರುವ ಕಾರಣ ಮಳೆಯಿಂದ ಎಲೆಗಳು ಭಾರವಾಗಿ ತೊಟ್ಟಿನಿಂದ ಕಳಚಿಕೊಂಡು ಬಿಡುತ್ತವೆ. ಇದರಿಂದ ಸಸ್ಯನಾಶವಾಗಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಕುಂಠಿತಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಗಿಡಗಳು ಇಳುವರಿ ಬಿಡುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ (ನವೆಂಬರ್ , ಡಿಸೆಂಬರ್ ಮತ್ತು ಜನವರಿ ತಿಂಗಳುಗಳಲ್ಲಿ) ಮಳೆ ಬಂದು ತಗ್ಗು ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ನೀರು ನಿಂತರೆ ಗಿಡಗಳು ಬುಡಸಮೇತ ಕೊಳೆತುಹೋಗುತ್ತದೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೇಡಿಕೆ ಇರುವ ಸಮಯಗಳಲ್ಲಿ ಈ ರೀತಿಯಾದರೆ ಕೃಷಿಕರ ಬದುಕು ಮೂರಾಬಟ್ಟೆಯಾಗುತ್ತದೆ.

2. **ಕ್ರಿಮಿ–ಕೀಟಗಳು – ಸಸ್ಯರೋಗಗಳು :**

ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಕೃಷಿ ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿ ರೈತರು ಹಟ್ಟಿಗೊಬ್ಬರ, ಇತ್ಯಾದಿಗಳಿಂದ ಕ್ರಿಮಿಕೀಟಗಳು ಮತ್ತು ಸಸ್ಯರೋಗಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತಿದ್ದರೆ ರಾಸಾಯನಿಕಗಳ ಸಿಂಪರಣೆಯಿಂದಾಗಿ ಕ್ರಿಮಿಕೀಟಗಳ ನಿರೋಧಕ ಶಕ್ತಿಯೂ ಹೆಚ್ಚಿದ್ದು ಅವುಗಳ ನಿಯಂತ್ರಣ ಈಗೀಗ ಕಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ ರೈತರು. ಇನ್ನು ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಗೆ ವಿಶೇಷವಾದ ಸಸ್ಯರೋಗಗಳು ಬಾಧಿಸದಿದ್ದರೂ ಬೆಂಕಿರೋಗ, ಎಲೆ ಮುರುಟುರೋಗ ಮುಂತಾದುವುಗಳು ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಕುಂಠಿತಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ.

3. **ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳ ಕೊರತೆ :**

ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕವಾಗಿ ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳವನ್ನು ಯಾವುದೇ ರಾಸಾಯನಿಕ ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳನ್ನು ಬಳಸದೆಯೇ ಉತ್ಪಾದಿಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಈ ಹಿಂದೆ ಕಡಲತೀರದ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮೀನಿನ ತ್ಯಾಜ್ಯಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಅಷ್ಟೊಂದು ರುಚಿಕರವಲ್ಲದೆ ವ್ಯರ್ಥಗೊಳ್ಳುವ ಭೂತಾಯಿ ಮೀನನ್ನು ಬೇಸಿಗೆ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಮಣ್ಣಿನಡಿ ಹೂತಿಟ್ಟು ಮಳೆಗಾಲದ ಅಂತ್ಯದಲ್ಲಿ ಅದೇ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದರು. ಇದು ಅತ್ಯಂತ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಕೃಷಿ ವಿಧಾನವಾಗಿತ್ತು. ಆದರೆ ಈಗ ಸುಧಾರಿತ ರಾಸಾಯನಿಕ ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬಳಸುತ್ತಾರೆ. ಹೀಗಾಗಿ ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳ ಬೆಲೆ ಏರಿಕೆಗೊಂಡು ಉತ್ಪಾದನವೆಚ್ಚದ ಏರಿಕೆ ಉಂಟಾಗಿ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಲಾಭದಾಯಕವಾಗಿ ಉಳಿದಿಲ್ಲ. (ಸೋಮಶೇಖರ ಎಚ್. 2009).

4. **ಕೆಲಸಗಾರರ ಕೊರತೆ :**

ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಯು ಗಂಡಸರ ಶ್ರಮವನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಬಯಸುವುದಿಲ್ಲ. ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ ಮಣ್ಣು ಹದ ಮಾಡಿ ಪಾತಿ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಸಾಗಾಟಮಾಡುವ ಮತ್ತು ಕೀಟ ನಾಶಕಗಳನ್ನು ಸಿಂಪಡಿಸುವ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಗಂಡಸರ ಶ್ರಮವನ್ನು ಬಯಸುತ್ತದೆ. ಇನ್ನುಳಿದಂತೆ ಹೆಂಗಸರು ಮತ್ತು ಮಕ್ಕಳು, ಅದೂ ಆದಷ್ಟು ಮನೆಮಂದಿಯೇ



ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳಕ್ಕೆ ಕೀಟನಾಶಕಗಳ ಸಿಂಪಡಿಸುವಿಕೆ



ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಹೊರಟ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ

ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಯಾವುದೇ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಯರ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಯು ಮಹಿಳಾ ಸಬಲೀಕರಣಕ್ಕೆ ನಾಂದಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಯು ಇಂದು ಮಹಿಳಾ ಶ್ರಮ ಪ್ರಧಾನ ಕೃಷಿಯಾಗಿ ಮಾರ್ಪಾಡಾಗಿದೆ. ಇದು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಹೊಸ ಆಯಾಮವಾಗಿ ಹೊರ ಹೊಮ್ಮಿದೆ. (ಹೇಮಲತ 2009).

ಆದರೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಬದಲಾವಣೆಗಳಾದ ಸಣ್ಣ ಕುಟುಂಬ, ಮಕ್ಕಳ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸದ ಧಾವಂತದಿಂದಾಗಿ ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತದೆ. ಹೊರಗಿನ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ನೇಮಿಸಿ ಕೆಲಸಮಾಡಿಸುವುದು ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಲಾಭದಾಯಕವಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿ ಕೆಲವು ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ರಾತ್ರಿಯೂ ಮನೆಮಂದಿಯು ಕೃಷಿಕಾರ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಕೊಂಡಿರುವುದು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿದೆ.

5. ನೀರಾವರಿ ಸಮಸ್ಯೆ :

ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಯು ಮಳೆಯನ್ನು ಬಯಸದಿದ್ದರೂ ನಿರಂತರ ನೀರಾವರಿಯನ್ನು ಅಪೇಕ್ಷಿಸುತ್ತದೆ. ನಾಟಿಯ ಪ್ರಾರಂಭದ ತಿಂಗಳು ಈಗಾಗಲೇ ಮಣ್ಣಿನಲ್ಲಿ ತೇವಾಂಶವಿರುವ ಕಾರಣ ಎರಡು ಸಲ ನೀರಾವರಿಯ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಿದೆ. ಇನ್ನು ಸಸಿ ನಾಟಿಯ ನಂತರ ಪ್ರತಿ ವಾರಕ್ಕೆ ಎರಡು ಸಲ ನೀರಾವರಿಯ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಿದೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ರೈತರಿಗೆ ತಮ್ಮದೇ ಆದ ನೀರಿನ ಮೂಲವಿದ್ದರೂ ಅದು ಪ್ರಾರಂಭದ ದಿನಗಳಿಗೆ ಸಾಕಾಗುವಷ್ಟು ಮಾತ್ರ ಇದೆ. ಜನವರಿ ತಿಂಗಳ ನಂತರ ನೀರಿನ ಸಮಸ್ಯೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಉಳಿದಂತೆ ಭೂಮಿಯನ್ನು ಗೇಣಿಗೆ ಪಡೆದುಕೊಂಡು ಮಟ್ಟು ಗುಳ್ಳ ಬೆಳೆಸುವ ರೈತರು ನಿಶ್ಚಿತ ನೀರಿನ ಮೂಲವಿರದ ಕಾರಣ ಪ್ರಾರಂಭದಿಂದಲೇ ನೀರಿನ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಗಂಟೆಗೆ ರೂ 40 ರಿಂದ ರೂ 60 ರ ವರೆಗೆ ಪಾವತಿಸಿ ಪಂಪಿನ ಮೂಲಕ ನೀರಾವರಿ ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ಹತ್ತಿರದ ರೈತರಿಂದ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ.

6. ಸಾರಿಗೆ –ಸಾಗಾಟ ಸಮಸ್ಯೆ :

ಇಳುವರಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬರುವ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಸಾಗಾಟ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ರೈತರು ಎದುರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ಕೇಂದ್ರದಿಂದ 10 ಕಿ.ಮೀ ದೂರವಿದ್ದರೂ ವೈಯಕ್ತಿಕವಾಗಿ ಸಾಗಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ತ್ರಾಸದಾಯಕ. ಪ್ರತೀ ಮಂಗಳವಾರ ಮತ್ತು ಗುರುವಾರಗಳಂದು ಇಳುವರಿ ಕೊಯ್ಲು ನಡೆದಾಗ ರೈತರೆಲ್ಲ ಪರಸ್ಪರ ಸಹಕಾರದಿಂದ ಸಾಗಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಇದು ತೀರಾ ಸಾಂದರ್ಭಿಕ ಮತ್ತು ಅನಿಶ್ಚಿತ.

7. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಸ್ಯೆ :

ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳಕ್ಕೆ ತನ್ನದೇ ಆದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇಲ್ಲದಿರುವುದು ದುರದೃಷ್ಟಕರ. ಉತ್ಪಾದಕರಿಂದ ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳು. ಅವರಿಂದ ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಇಲ್ಲವೇ

ಸಗಟು ಮಾರಾಟಗಾರರು, ಅಲ್ಲಿಂದ ಕೊನೆಗೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಕೈ ತಲುಪುತ್ತದೆ. ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳಕ್ಕೆ ರಾಜ್ಯದಾದ್ಯಂತವಲ್ಲದೆ ಹೊರರಾಜ್ಯಗಳಿಂದಲೂ, ಹೊರದೇಶಗಳಿಂದಲೂ ಬೇಡಿಕೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವ ಕಾರಣ ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಗ್ರಾಹಕರು ನೀಡುವ ಬೆಲೆಯ ಬಹುಪಾಲು ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ಏಜೆಂಟರ ಪಾಲಾಗುವುದರಿಂದ ರೈತರಿಗೆ ನಿಜವಾದ ಉತ್ತೇಜನ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ಸಿಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಉಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿದ್ದರೂ, ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದರೂ, ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಸ್ಯೆ ಉಳಿದುಕೊಂಡಿದೆ. ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳಲ್ಲಿ ಆಹಾರ ಬೆಳೆಗಳು ಮತ್ತು ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳು ಆಕ್ರಮಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಕಾರಣ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಸ್ಯೆ ಎದುರಾಗುತ್ತಿದೆ. (ಮಹಾದೇವ ಎಂ ನಿಂಬರಗಿ, 2008). ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಧಾರಣೆಯು ಕೂಡಾ ತೀವ್ರವಾಗಿ ಏರುಪೇರಾಗುವುದರಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಿಯಂತ್ರಣದಲ್ಲಿ ರೈತರ ಪಾತ್ರ ತೀರಾ ನಗಣ್ಯ.

8. ಹಣಕಾಸು ಸಮಸ್ಯೆ :

ಎಕರೆ ಒಂದರಲ್ಲಿ ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿ ಮಾಡಲು ಸುಮಾರು 30 ರಿಂದ 50ಸಾವಿರದ ವರೆಗೂ ವೆಚ್ಚವಾಗುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಬಹುತೇಕ ಬೆಳೆಗಾರರು ಭೂರಹಿತರು ಅಥವಾ ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರು. ಅಲ್ಲದೆ ಸಮಾಜದ ದುರ್ಬಲ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಸೇರಿದವರಾದ ಕಾರಣ ಸ್ವಂತ ಆರ್ಥಿಕ ಮೂಲವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಇವರ ಹಣಕಾಸಿನ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ಯಾವ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯೂ ಇರುವುದಿಲ್ಲ.

ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಅಸಂಘಟಿತ, ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಅತಿ ಸಣ್ಣ ರೈತರಿಗೆ ದೊರಕುವ ಹಣಕಾಸಿನ ನೆರವು ಕೃಷಿಕರನ್ನಲ್ಲದೆ ಆ ಪ್ರದೇಶದ ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಕೃಷಿಯೇತರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೂ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. (ಪ್ರಕಾಶ ಎಸ್. 2009). ಆದ್ದರಿಂದ ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ಹಣಕಾಸಿನ ನೆರವಿನ ಉತ್ತೇಜನ ದೊರಕಬೇಕು.

9. ಸರಕಾರಿ ಅಧಿಕಾರಿಗಳ ನಿರ್ಲಕ್ಷ್ಯ :

ಹವಮಾನ ವೈಪರೀತ್ಯದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆ ನಷ್ಟಗೊಂಡು ರೈತರು ಕಂಗಾಲಾಗಿ ಕುಳಿತಿರುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಸಹಾಯಕ್ಕೆ ಹಾತೊರೆಯುತ್ತಾರೆ. ದುರದೃಷ್ಟವಶಾತ್ ತೋಟಗಾರಿಕೆ, ಕೃಷಿ ಇಲಾಖೆಯ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು, ರಾಜಕಾರಣಿಗಳು, ಜನಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳು ಅಂತಹ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಬೇಟಿ ನೀಡಿ ತೆರಳುವವರು ಮತ್ತೆ ಆ ಕಡೆ ಮುಖ ಮಾಡುವುದಿಲ್ಲ. ಸರಕಾರದಿಂದ ಸಿಗುವ ಕನಿಷ್ಟ ಪರಿಹಾರ ಧನವೂ ಇವರಿಗೆ ಲಭ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಕರಾವಳಿಯ ಈ ವಿಶಿಷ್ಟ ಬೆಳೆಗೆ ಸರಕಾರದ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ಅಗತ್ಯವಿದೆ.

4.9 ಮುಕ್ತಾಯ:

ಈ ನಾಲ್ಕನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಹಿನ್ನಲೆಯಾಗಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ಮಹತ್ವ ಮತ್ತು

ಪಾತ್ರ, ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ಇತ್ತೀಚಿಗಿನ ಗತಿ ಮತ್ತು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಪ್ರಮುಖ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು, ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯವು ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ದೇಶದಲ್ಲೇ ವಿಶಿಷ್ಟ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ತೋಟಗಾರಕೆ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣವು 2000–01 ರಲ್ಲಿ 15.3 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಇದ್ದರೆ 2008–09ರಲ್ಲಿ ಇದು 18.0 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಏರಿತು. ಹಾಗೆಯೇ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಇಳುವರಿಗಳಲ್ಲೂ ಗಮನಾರ್ಹವಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ಸಾಧಾರಣ ಏರಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ಒಟ್ಟು ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ರಾಜ್ಯವು ದೇಶದಲ್ಲೇ 7ನೇ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ 2000–01 ರಿಂದ 2008–09ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣವು 3.71 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ 4.21 ಲಕ್ಷ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಏರಿತು. ಇದೇ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಕ್ರಮವಾಗಿ 46.54 ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ನಿಂದ 67.51 ಲಕ್ಷ ಟನ್‌ಗೂ, ಉತ್ಪಾದಕತೆಯು 12.03 ಟನ್ ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ನಿಂದ 16.04 ಟನ್‌ಗೆ ಏರಿತು. ಇದು ಇತರ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಬೆಳೆಗಳಾದ ವಾಣಿಜ್ಯ ಪುಷ್ಪಗಳು, ಹಣ್ಣುಗಳು ಮತ್ತು ಸುಗಂಧಿತ ಗಿಡಗಳ ಜತೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಗಮನಾರ್ಹ ಏರಿಕೆಯನ್ನು ದಾಖಲಿಸಿದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯದ ಉತ್ತರಾರ್ಧದಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ವಿಶಿಷ್ಟ ತರಕಾರಿ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳದ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅಪಾರ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳವು, ಆ ಪ್ರದೇಶದ ರೈತಾಪಿ ವರ್ಗದ ಸಮಾಜೋ–ಆರ್ಥಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಸಹಕರಿಸಿದೆ. ದುರ್ಬಲ ವರ್ಗದವರ ಆರ್ಥಿಕ ಸಬಲೀಕರಣ, ಮಹಿಳಾ ಸಬಲೀಕರಣ, ಭೂರಹಿತ ಕೃಷಿಕರ ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರ ನಿರುದ್ಯೋಗ ನಿವಾರಣೆ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಆದಾಯ ಗಳಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರವಹಿಸಿದೆ. ಹೀಗಿದ್ದರೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಅನೇಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ರೈತರು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಸುಮಾರು 10 ಕಿಮೀ ಅಂತರದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಇನ್ನೊಂದು ವಿಶಿಷ್ಟ ಬೆಳೆ ಶಂಕರಪುರ ಮಲ್ಲಿಗೆಗೆ ದೊರಕಿದ ಸುಸಜ್ಜಿತ ಮತ್ತು ಸಂಘಟಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳದ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಹಲವು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿವೆ. ತೀರಾ ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳಕ್ಕೆ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಪೇಟೆಂಟ್ ದೊರಕಿದ ನಂತರ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಂಘಟಿತರಾಗಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಸಂಘಟಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಕಾರ್ಯ ಪ್ರವೃತ್ತರಾಗಿದ್ದಾರೆ.





ಫಲ ಬಿಟ್ಟ ಮಟ್ಟಿ ಗುಳ್ಳ ಮತ್ತು ಹೂ

ಗ್ರಂಥ ಋಣ

1. ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆ ಅಂಕಿ-ಅಂಶ ಇಲಾಖೆ ಮಾಹಿತಿ, 2000-01 ರಿಂದ 2009-10,
2. ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ-ಅಂಶ 2000-01 ರಿಂದ 2008-09
3. ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಅಂಕಿ-ಅಂಶ 2000-01 ರಿಂದ 2008-09
4. ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಸರಕಾರದ ಮಾಹಿತಿ.
5. ಕರ್ನಾಟಕ ಸರಕಾರ 'ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ನೋಟ 2000-2001 ರಿಂದ 2009-2010' ಜಿಲ್ಲಾ ಸಂಖ್ಯಾ ಸಂಗ್ರಹಣಾಧಿಕಾರಿ, ಉಡುಪಿ.
6. ಚಂದ್ರಶೇಖರ ಟಿ.ಆರ್, 2007, 'ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಅಸಮಾನತೆಯ ಸಾಮಾಜಿಕ ನೆಲೆಗಳು.' ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ, ಸಂ. 6(2).
7. ಪಾರ್ಥಸಾರಥಿ ಅರಳುಮಲ್ಲಿಗೆ, 2001, ಶ್ರೀ ಪೂರ್ಣಪ್ರಜ್ಞ ವಿದ್ಯಾಪೀಠ, ಬೆಂಗಳೂರು
8. ಪ್ರಕಾಶ ಯಸ್. 2009, 'ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಕಿರು ಹಣಕಾಸಿನ ಪಾತ್ರ' ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ ತಾಲೂಕಿನ ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ' ಎಂ.ಫಿಲ್ ಪ್ರಬಂಧ, ಡಾ. ಹಾಮಾನಾ ಸಂಶೋಧನ ಕೇಂದ್ರ, ಉಜಿರೆ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ.
9. ಮಹಾದೇವ ಎಂ. ನಿಂಬರಗಿ. 2008, 'ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ' ಎಂ.ಫಿಲ್ ಪ್ರಬಂಧ, ಬಿ.ಆರ್ ವರೂರ ಸಂಶೋಧನ ಕೇಂದ್ರ ಹಾರೋಗೇರಿ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ.
10. ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ, ಅಂಕಿ-ಅಂತ 2000-01 ರಿಂದ 2009-10.
11. ಸೋಮಶೇಖರ್ ಎಚ್. 2009, 'ಕೃಷಿ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳು' ಕೋಲಾರ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ, ಪಿ.ಹೆಚ್.ಡಿ. ಪ್ರಬಂಧ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ.
12. ಹೇಮಲತಾ, 2009, 'ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಲಿಂಗ ಸಂಬಂಧಿ ಆಯಾಮಗಳು' ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ, ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ, ಸಂ 7(1) ಮತ್ತು ಸಂ 7(2).
13. BERI G C. 2003, Statistics for Management. Tata Mc Graw Hill Publishing Company, New Delhi.

ಐದನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ

ಐದನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ

ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಮುಖ ಭಾಗವಾದ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳು ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹದ ವಿಧಾನ, ಮಾಹಿತಿ ಗಾತ್ರ ಮತ್ತು ಕ್ಷೇತ್ರ ಕಾರ್ಯ ನಡೆಸಿ ಸಂಗ್ರಹಸಿದ ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು ಈಗಾಗಲೇ ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸಿರುವ ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶಗಳ ಹಿನ್ನಲೆಯಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅಧ್ಯಯನದ ಪೂರ್ವಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ಕೇಂದ್ರವಾಗಿರಿಸಿಕೊಂಡು ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯ ಮೂಲಕ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರ ಮತ್ತು ಗಣಿತ ಶಾಸ್ತ್ರದ ಉಪಕರಣಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಈ ಫಲಿತಾಂಶಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಮುಂದಿನ ನೀತಿ ನಿರೂಪಣೆಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

5.1 ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳು.

ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಅತ್ಯಂತ ಸಂಕೀರ್ಣವೂ ಆತಂಕಮಯವೂ ಆಗಿದೆ. ಅದು ಬೆಳೆಗಳ ಅಲ್ಪಾಯುಷ್ಯ, ಋತು ಸಂಬಂಧಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಭೌತಿಕ ಪ್ರಮಾಣಾತ್ಮಕದಿಂದಾಗಿದೆ. ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಗಳ ಮುಖೇನ ನಿರ್ಧಾರಿತವಾಗುವ ಬೆಲೆ ಅದು ಉತ್ಪಾದಕ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಮಧ್ಯೆ ಹರಡಿಕೊಂಡಿರುವುದು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅನನ್ಯತೆಯಾಗಿದೆ. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವಿಧಿವಿಧಾನಗಳು ಮತ್ತು ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳು, ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಇತರ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗಿಂತ ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸುತ್ತದೆ. ಆಹಾರ ಧಾನ್ಯಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳು ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಕಾಣಸಿಗದಿರುವುದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶಾಸನಗಳ ಕೊರತೆ, ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ಒಡೆತನದ ಪ್ರಾಬಲ್ಯವು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಪ್ರಧಾನ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳಾಗಿವೆ.

ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ದೊರಕುವ ಪಾಲನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸತಕ್ಕ ಅಂಶಗಳು–ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳು, ಉತ್ಪಾದಕ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರಿಗಿರುವ ಭೌತಿಕ ಅಂತರ, ಬೆಳೆಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅನಿಶ್ಚಿತತೆಗಳು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳು, ಇತ್ಯಾದಿಗಳಾಗಿವೆ. (ಕೌಲ್ ಜಿ.ಎಲ್. 1997)

ಉತ್ಪಾದಕರ ಪ್ರಥಮ ಆದ್ಯತೆಯು ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಾದರೂ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಿಯಂತ್ರಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕುರಿತಾದ ಮಾಹಿತಿ ಪ್ರಸರಣವು ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಹು ಅಂಶವನ್ನು ತಂದುಕೊಡುವ ವಿಚಾರಗಳಾಗಿವೆ.

ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಗಳು ಬೆಳೆಗಾರರು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಮಧ್ಯೆ ಹರಡಿಕೊಂಡಿರುವ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಪಾಲು ದೊರಕುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತವೆ. (ಮಹಾದೇವ ಎಂ. ನಿಂಬರಗಿ. 2008).

5.1.1 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೃಂಖಲೆ :

ತರಕಾರಿಗಳು ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನೆಗೊಂಡು ಗ್ರಾಹಕರ ಕೈಸೇರುವವರೆಗಿನ ಅಂತಿಮ ಹಂತದವರೆಗೆ ಹರಡಿಕೊಂಡಿರುವ ವಿವಿಧ ಮಜಲುಗಳು ಮತ್ತು ಈ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಂಡಿರುವ ಒಟ್ಟು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ವಿವಿಧ ಭಾಗಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೃಂಖಲೆಯಾಗಿದೆ. (ಮೆಂಡೊನ್ಸಾ ಜಿ., 1995) ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು 10 ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೃಂಖಲೆಗಳನ್ನು ಕಾಣಬಹುದಾದರೂ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಮೂರು ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೃಂಖಲೆಗಳಿವೆ. ಬೆಳೆಗಾರರಿಂದ ಬೆಳೆಯಲ್ಪಟ್ಟ ತರಕಾರಿಗಳು ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳ ಮೂಲಕ ಹಾದು ಅಂತಿಮ ಗ್ರಾಹಕನ ಕೈ ಸೇರುತ್ತವೆ. ಈ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿರುವ ಮೂರು ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಗಳೆಂದರೆ. –

1) ಬೆಳೆಗಾರ – ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ – ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ.
2) ಬೆಳೆಗಾರ – ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ.
3) ಬೆಳೆಗಾರ – ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ

ಇಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೆ ಅಲ್ಲಲ್ಲಿ ನಾಲ್ಕನೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಯನ್ನು ಕಾಣಬಹುದಾದರೂ (ಬೆಳೆಗಾರ – ಗ್ರಾಮೀಣವ್ಯಾಪಾರಿ – ರಖಂವ್ಯಾಪಾರಿ – ಚಿಲ್ಲರೆವ್ಯಾಪಾರಿ–ಗ್ರಾಹಕ) ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ ಮತ್ತು ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರ ಕಾರ್ಯ ವಿಧಾನ, ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಮತ್ತು ಉದ್ದೇಶಗಳು ಸಮಾನವಾದುದರಿಂದ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ತೀರಾ ನಗಣ್ಯವಾದುದರಿಂದ ಕೇವಲ ಮೂರು ಪ್ರಮುಖ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಯಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವವರ ಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಾದಂತೆ ಮತ್ತು ಹಂತಗಳು ಹೆಚ್ಚಿದಂತೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಪಾಲಾಗುವ ಪ್ರಮಾಣ ಇಳಿಕೆಯಾಗುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಆದುದರಿಂದ ಮೂರನೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಯು ಬೆಳೆಗಾರರ ಹಿತದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಅತ್ಯಂತ ಯೋಗ್ಯವೆನಿಸಿಕೊಂಡರೂ ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಯಶಸ್ವೀ ಸಂಕಲೆಯಾಗಿ ಮೂಡಿಬಂದಿಲ್ಲ.

ಪೂರ್ವ ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬಂದಂತೆ ಭಾರತದ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಹಲವು ರೀತಿಯ ಮಾರಕಟ್ಟೆ ಶೃಂಖಲೆಗಳಿವೆ. ಸುಮಾರು ಹತ್ತಕ್ಕಿಂತಲೂ ಅಧಿಕ ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೃಂಖಲೆಗಳು ಪ್ರಚಲಿತದಲ್ಲಿದ್ದರೂ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿರುವುವು ಕಡಿಮೆ. ಈ ರೀತಿಯ ಹಲವು

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಂಡಿರುವವರ ಸಂಖ್ಯೆಗಳೂ ಬೇರೆ ಬೇರೆಯಾಗಿದ್ದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಚು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯು ಬೇರೆ ಬೇರೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಯು ಕಿರೆಸೂರು (1987) ಅವರ ಅಧ್ಯಯನದ (ಧಾರವಾಡ ಮತ್ತು ಹುಬ್ಬಳ್ಳಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ) ಫಲಿತಾಂಶವನ್ನು ಹೋಲುತ್ತಿದೆ.

ಬಾಳಪ್ಪ ಮತ್ತು ಹೂಗಾಸ್ (2003) ಅವರ ಅಧ್ಯಯನಗಳಲ್ಲಿ (ಕರ್ನಾಟಕದ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ) ನಾಲ್ಕು ವಿಧದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಮೊದಲನೆಯ ಮೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಗಳು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಗಳನ್ನು ಹೋಲುತ್ತಿವೆ. ಆದರೆ ನಾಲ್ಕನೆಯದಾದ 'ಉತ್ಪಾದಕ ವ್ಯಾಪಾರಿ – ಗ್ರಾಹಕ' ಎಂಬ ವಿಧಾನವು ಅತ್ಯಂತ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿದ್ದರೂ, ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಬೆಲೆಯನ್ನು ನೀಡುವುದಾದರೂ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿಲ್ಲ. ಈ ಅಂಶವನ್ನು ಬಾಳಪ್ಪ ಮತ್ತು ಹೂಗಾಸ್ (2003) ಅವರ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸಿದ್ದು ಇದು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಕ್ಕೂ ಅನ್ವಯಿಸುವುದು.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ತರಕಾರಿ ಮರುಕಟ್ಟೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದಾದ್ಯಂತ ಸಾಮ್ಯತೆ ಇದ್ದರೂ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ದೇಶದ ಇತರೆಡೆಗಳ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಗಳ ಜೊತೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಭಿನ್ನತೆಯನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು.

5.1.2 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂತರ ಮತ್ತು ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರ :

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂತರ ಅಥವಾ ಬೆಲೆಗಳ ಅಂತರ ಅಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕ ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ದೊರಕಿದ ಬೆಲೆಯ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸ.(ಸ್ಕಾಟ್ ಜಿ.ಜೆ., 1995) ಬೆಳೆಗಾರ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಮಧ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಹರಡಿಕೊಂಡಿದ್ದರೆ ಬೆಲೆಗಳ ಅಂತರವು ಅಧಿಕವಾಗಿದ್ದು ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರ ಅಧಿಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಲ್ಪ ಪ್ರಮಾಣ ಮಾತ್ರ ಬೆಳೆಗಾರರ ಕೈ ಸೇರುತ್ತದೆ. ಮತ್ತು ಇದು ಬೆಳೆಗಾರರ ಶೋಷಣೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.

ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುವ ಸೂತ್ರ – (ಸಿಂಗ್ ಮಹೇಶ್ ಕುಮಾರ್, 1985)

ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರ = ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆ – ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಪಾವತಿಯಾದ ಬೆಲೆ.

ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ದೊರಕುವ ಪಾಲನ್ನು ಕಂಡು ಹಿಡಿಯವ ವಿಧಾನವೆಂದರೆ –

$$\frac{\text{ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ದೊರಕಿದ ಬೆಲೆ}}{\text{ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆ}} \times 100$$

ಇದು ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಪಾವತಿಯಾದುದನ್ನು ಶೇಕಡಾ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

ಬೆಲೆಗಳ ಅಂತರ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಅತ್ಯಂತ ಕನಿಷ್ಠ ಬೆಲೆಗಳ ಅಂತರವು ಗರಿಷ್ಠ ಪ್ರಮಾಣದ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಬೆಲೆಗಳ ಅಂತರವು ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅಧಿಕವಾಗಿರುವುದಕ್ಕೆ ಎರಡು ಕಾರಣಗಳನ್ನು ನೀಡಬಹುದು. ಮೊದಲನೆಯದಾಗಿ ಅಧಿಕ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಮತ್ತು ಅವರ ಲಾಭ ಬಡುಕತನವಾದರೆ ಎರಡನೆಯದಾಗಿ ಸಾರಿಗೆ, ಕಮಿಷನ್, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ ಮುಂತಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳ ಆಧಿಕ್ಯವಾಗಿದೆ. (ಸುಬ್ಬನರಸಯ್ಯ, 1991) ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಬಹುಪಾಲು ದೊರಕುವಂತಾಗಲು ಈ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿರಿಸಿಕೊಂಡು ಕಾರ್ಯ ಪ್ರವೃತ್ತರಾಗಬೇಕಿದೆ.

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂತರ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವಾಗ ಕಂಡು ಬರುವ ಅಂಶಗಳೆಂದರೆ ಇದು ತರಕಾರಿಯಿಂದ ತರಕಾರಿಗೆ ವ್ಯತ್ಯಸ್ಥವಾಗಿದೆ. ಕರಿಸೋಮನ ಗೌಡರ್ (1990) ಅವರ ಅಧ್ಯಯನದಂತೆ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಯನ್ನು ಅವಲಂಭಿಸಿದೆ. ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯ ಶೇ. 43.26 ರಿಂದ ಶೇ. 64.36ರ ಮಧ್ಯೆ ಹರಡಿಕೊಂಡಿದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ (ಗದಗ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ). ಹುಬ್ಬಳ್ಳಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಶೇ. 43.5 ರಿಂದ ಶೇ. 63.28ರ ನಡುವೆ ಹರಡಿಕೊಂಡಿದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

ಚೌಹಾಣ್ (1998)ರ ಅಧ್ಯಯನದಂತೆ ಉತ್ತರ ಪ್ರದೇಶದ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ನೇರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯ ಶೇ. 90ರಿಂದ ಶೇ. 94ರ ವರೆಗೆ ಪಾವತಿಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಆದರೆ ಪರೋಕ್ಷ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿನ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಶೇ. 60ರಿಂದ ಶೇ. 63ರ ವರೆಗೆ ಇದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡುತ್ತಾರೆ.

ಅಗರ್‌ವಾಲ್ (1999)ರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ರಾಜಸ್ಥಾನದ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಟೊಮೆಟೋ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಎರಡು ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳಿದ್ದು ಅವುಗಳಲ್ಲಿನ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ. 79.96 ಮತ್ತು ಶೇ. 47.61 ಆಗಿದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

ಈ ಮೇಲಿನ ಅಧ್ಯಯನಗಳೊಂದಿಗೆ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವನ್ನು ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಸಾಮ್ಯತೆ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ವಿವಿಧ ತರಕಾರಿಗಳ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಬೇರೆ ಬೇರೆಯಾಗಿದ್ದು ಬದನೆಗೆ ಗರಿಷ್ಠ (ಶೇ. 65.9) ಮತ್ತು ಗೆಣಸಿಗೆ ಕನಿಷ್ಠ (ಶೇ. 61.7) ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ.

ಆದರೆ ದುರ್ಗಾ (1999) ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಲ್ಲಿ ವಿಶಾಖಪಟ್ಟಣದ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಬಟಾಟೆಗೆ ಶೇ. 70.89 ಮತ್ತು ಟೊಮೆಟೋಗೆ ಶೇ. 89 ಇದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಇದು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಧ್ಯಯನದ ಫಲಿತಕ್ಕಿಂತ ಭಿನ್ನವಾಗಿದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಚೋಲೆ, ತಾಲತ್ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಕ್ (2003) ಅವರ ಸಂಶೋಧನೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಬದನೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಶೇ. 53.14 ರಿಂದ ಶೇ. 68.28ರ ನಡುವೆ ಇದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಇದು ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಧ್ಯಯನದ ಫಲಿತಾಂಶಕ್ಕೆ ಸಮೀಪದಲ್ಲಿದೆ.

5.1.3. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ :

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸತಕ್ಕ ಅಂಶಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವು ಪ್ರಮುಖವಾದುದಾಗಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ, ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಏಜೆಂಟರ ಕಮಿಷನ್, ತಲೆ ಹೊರೆ ವೆಚ್ಚ, ಮುಂತಾದುವು ಪ್ರಮುಖ ವೆಚ್ಚಗಳಾಗಿವೆ. ಈ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಗಾರರು ಗ್ರಾಮೀಣಾ ವ್ಯಾಪಾರಿ ಅಥವಾ ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರು ಭರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಗಾಟವೆಚ್ಚವು ಹೆಚ್ಚಿನ ಪಾಲನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಭರಿಸತಕ್ಕ ಮಾರಾಟ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲೂ ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕ, ಕಮಿಷನ್, ತಲೆಹೊರೆ ವೆಚ್ಚ, ಪೊಟ್ಟಣ ಕಟ್ಟುವ ವೆಚ್ಚ ಇತ್ಯಾದಿಗಳಿವೆ. ಈ ಎಲ್ಲ ವೆಚ್ಚಗಳಲ್ಲಿ ಕಮಿಷನ್ ವೆಚ್ಚವು ಮುಖ್ಯವಾದುದಾಗಿದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೃಂಖಲೆಯೊಂದಿಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಮಂದಿ ಪಾಲ್ಗೊಂಡಿದ್ದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವು ಅಧಿಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ.(ಬಿರಾರಿ ಕೆ.ಎಸ್., 2004) ತೌಲನಿಕವಾಗಿ ಮೂರನೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಯಲ್ಲಿ (ಬೆಳೆಗಾರ–ಚಿಲ್ಲರೆವ್ಯಾಪಾರಿ–ಗ್ರಾಹಕ) ಮೊದಲಿನ ಎರಡು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಗಳಿಗಿಂತ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವವರ ಸಂಖ್ಯೆ ಕಡಿಮೆ ಇರುವ ಕಾರಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವೂ ಕಡಿಮೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಈ ಸಂಕಲೆಯ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟವಾಗುವ ತರಕಾರಿಗಳ ಪ್ರಮಾಣ ಕೇವಲ ಶೇ 3 ಆಗಿರುವುದರಿಂದ ಈ ಸಂಕಲೆಯನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸುವಂತಿಲ್ಲ. ಪೊಟ್ಟಣ ಕಟ್ಟುವ ವೆಚ್ಚವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದ ಭಾಗವಾಗಿದ್ದರೂ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಬಹುಪಾಲು ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲೇ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಪಡೆಯುವುದರಿಂದ ಪೊಟ್ಟಣ ವೆಚ್ಚವು ನಗಣ್ಯವಾಗಿದೆ. ಆದಾಗ್ಯೂ, ಜಿಲ್ಲೆಯಿಂದ ಹೊರಗೆ ಹೋಗುವ ತರಕಾರಿಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳಲು ಆಧುನಿಕ ರೀತಿಯ ಪೊಟ್ಟಣ ಕಟ್ಟುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವುದರಿಂದ ಈ ವೆಚ್ಚವೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದ ಭಾಗವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಉಗ್ರಾಣ ವೆಚ್ಚವು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಕೆಡದಂತೆ ಕಾಪಾಡಲು ಅತ್ಯವಶ್ಯಕ. ಆದರೆ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಪೂರೈಕೆಗಿಂತ ಬೇಡಿಕೆಯೇ ಅಧಿಕವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಉಗ್ರಾಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗಿದ್ದರೂ

ಉತ್ಪಾದನೆ ಅಧಿಕವಿರುವ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕವು ಅಧಿಕಗೊಂಡು ಬೆಲೆ ಇಳಿಕೆಯಾಗುವುದನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟಲು ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ. ಇದು ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸದೃಢತೆ ಮತ್ತು ಸಶಕ್ತತೆಗೆ ಅತ್ಯವಶ್ಯ.

ಇನ್ನುಳಿದಂತೆ ಸವಕಳಿ ವೆಚ್ಚ ಅಥವಾ ಸಾಗಾಟ ಮತ್ತಿತರ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಹಾಳಾಗುವ ತರಕಾರಿಗಳ ವೆಚ್ಚವು ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಅಧಿಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ತರಕಾರಿಗಳು ಅಲ್ಪಾಯುಷ್ಯವುಳ್ಳವುಗಳು ಮತ್ತು ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಉಷ್ಣ ಹವಾಮಾನವಿರು-ವುದರಿಂದಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಕೊಳೆತು ವ್ಯರ್ಥವಾಗುವ ಸಂದರ್ಭಗಳು ಬಹುತೇಕ. ಹಾಗಾಗಿ ಅಧಿಕ ಸವಕಳಿ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸಬಹುದು. ಹೀಗೆ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಹಲವು ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಬಹುದು. ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಯೊಂದಿಗೆ ನೇರ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಒಟ್ಟು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಭರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪೂರ್ವ ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುವ ವಿಚಾರವೆಂದರೆ ನಾಗರಾಜ (1985)ರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವನ್ನು (ಶೇ. 7.63) ಬದನೆ ಬೆಳೆಗಾರರೂ ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವನ್ನು (ಶೇ. 4.01) ಟೊಮೆಟೊ ಬೆಳೆಗಾರರೂ ಭರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನವು ಪ್ರಸ್ತುತ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಭರಿಸುವ ವೆಚ್ಚದೊಂದಿಗೆ ತಾಳೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಬದನೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು (ಶೇ. 8.9) ಮತ್ತು ಗೆಣಸು ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಅತೀ ಕಡಿಮೆ (ಶೇ. 4.7) ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಭರಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದ ಅಡಕವನ್ನು ಗಮನಿಸುವಾಗ ಪಟೇಲ್ ಮತ್ತು ಇತರರ (1999) ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದ ಬಹುಪಾಲು (ಶೇ. 38) ಏಜೆಂಟರ ಕಮೀಷನ್ ಆಗಿದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಅತಿಬುದ್ಧಿ (1999)ರ ಅಧ್ಯಯನದಂತೆ ಏಜೆಂಟರ ಕಮೀಷನ್ ಶೇ. 42 ಇದ್ದು ಉಳಿದಂತೆ ಸಾರಿಗೆ ವೆಚ್ಚ ಶೇ. 39 ಮತ್ತು ಪೊಟ್ಟಣ ಕಟ್ಟುವ ವೆಚ್ಚ ಶೇ. 4 ಆಗಿದೆ. ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಏಜೆಂಟರ ಅಸ್ಥಿತ್ವ ಇರುವಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವು ಕಮೀಷನ್ ಆಗಿದ್ದು (ಶೇ. 37 – ಶೇ. 41) ಉಳಿದಂತೆ ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚವು ಎರಡನೇಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪೊಟ್ಟಣ ಕಟ್ಟುವ ಕಾರಣ ಆ ವೆಚ್ಚವು ಗಮನಾರ್ಹವಾಗಿಲ್ಲ.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದ ಕುರಿತಾಗಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯದ ಇತರ ಪ್ರದೇಶದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಬಹಳಷ್ಟು ಸಾಮ್ಯತೆ ಇರುವುದು ಗಮನಾರ್ಹ ವಿಚಾರ.

5.1.4 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆ :

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂತರ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಅತ್ಯಂತ ಕನಿಷ್ಠ ಬೆಲೆಗಳ ಅಂತರವು ಗರಿಷ್ಠ ಪ್ರಮಾಣದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಪಾಲನ್ನು ಕೊಡಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಲು ಎರಡು ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ.(ಚೋಲೆ ವಿ.ಎಂ., 2003) ಅವುಗಳೆಂದರೆ

1. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯ ಸೂಚ್ಯಂಕ = ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಪಾವತಿಯಾದ ಬೆಲೆ ÷ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ

2. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯ ಸೂಚ್ಯಂಕ = $\frac{\text{ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆ}}{\text{ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ}} \times \frac{\text{ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ದೊರಕಿದ ಬೆಲೆ}}{\text{ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆ}}$

ಅಂದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯ ಸೂಚ್ಯಂಕವೆಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದ ಅನುಪಾತ ಹಾಗೂ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ದೊರಕಿದ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯ ಅನುಪಾತಗಳ ಗುಣಾಂಕವಾಗಿದೆ. ಅದನ್ನೇ ಇನ್ನೊಂದು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಳಬಹುದಾದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯ ಸೂಚ್ಯಂಕವು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ದೊರಕಿದ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದ ಅನುಪಾತ ಎನ್ನಬಹುದು.

ದಕ್ಷತೆಯ ಸೂಚ್ಯಂಕವು ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸದೃಢತೆ ಮತ್ತು ಸಬಲತೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. (ಶರ್ಮ ಕೇಶವ, 1991)

ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಅನಿಶ್ಚಿತತೆಗಳು ಹಲವು ರೂಪಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಕೊರತೆ, ಅಧಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ, ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ವಿಂಗಡಣೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಕೊರತೆ, ಅಸಮರ್ಪಕ ಮಾಪಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ದಲ್ಲಾಳಿ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಿಂದ ಶೋಷಣೆ ಮುಂತಾದುವು ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿವೆ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗಿರುವ ಏಕೈಕ ಪರಿಹಾರವೆಂದರೆ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆ. ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರನ್ನು ಪರಸ್ಪರ ಮುಖಾಮುಖಿಯಾಗಿಸಿ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಿಂದ ಮುಕ್ತಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ, ಪರಸ್ಪರರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಗಳನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ವೇದಿಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಕಡಿತಗೊಳಿಸಿ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೂ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೂ ಸಹಕರಿಸುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಪ್ರಸ್ತುತ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಅಸಮರ್ಪಕವಾಗಿದ್ದು, ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯು ತೃಪ್ತಿದಾಯಕವಾಗಿಲ್ಲ. ಮೂಲಭೂತವಾಗಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಧಾರಣೆ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯೇ ಸರಿಯಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಿಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಗುಣಮಟ್ಟ ಆಧಾರಿತ ವಿಂಗಡಣೆಯ ಕೊರತೆ, ಅಧಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ ಮುಂತಾದುವುಗಳಿಂದಾಗಿ, ನಿಯಂತ್ರಿತ

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪ್ರಯೋಜನವು ಉತ್ಪಾದಕರಿಗಿಂತ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಸಹಕಾರಿ ಎಂದೆನಿಸುತ್ತಿದೆ. ಕೆಲವು ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಇರುವ ಕಡಿಮೆ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದಾಗಿ ನಿಜವಾದ ಸ್ಪರ್ಧೆಯು ಏರ್ಪಡದೆ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಸರಿಯಾದ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ಮತ್ತು ಉತ್ತೇಜನ ದೊರಕುತ್ತಿಲ್ಲ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳು ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಸುಧಾರಣೆಗಳಿಗೆ ಅವಕಾಶವಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಸಾಬೀತುಪಡಿಸುತ್ತವೆ.(ಮೂರ್ತಿ ನರಸಿಂಹ, 1998)

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ನಡೆಸಿದ ಪೂರ್ವ ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆಯಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಸ್ತುತವಾದ ಅಧ್ಯಯನವೆಂದರೆ ಚೋಲೆ, ತಾಲತ್ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಕ್ (2003) ಇವರದಾಗಿದೆ. ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರದ ಬದನೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ ಮೂರು ವಿಧದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯ ಸೂಚ್ಯಂಕವು ಕ್ರಮವಾಗಿ 2.25, 1.37 ಮತ್ತು 1.13 ಇದೆ. ಇದು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಫಲಿತಾಂಶಕ್ಕೆ ಸನಿಹದಲ್ಲಿದೆ. ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯ ಸೂಚ್ಯಂಕವು ಗೆಣಸಿನ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಅತೀ ಕಡಿಮೆ (1.61) ಇದ್ದು ಉಳಿದಂತೆ ಸೌತೆಕಾಯಿ, ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ ಮತ್ತು ಬದನೆಗಳ ವಿಷಯಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ 1.74, 1.81 ಮತ್ತು 1.93 ಆಗಿದೆ. ಇದರಿಂದ ವ್ಯಕ್ತವಾಗುವ ಅಂಶವೆಂದರೆ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿ ಮಟ್ಟುಗುಳ್ಳ ಬದನೆಗೆ ಅದರದ್ದೇ ಆದ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯವಿದ್ದು ಸದಾಕಾಲ ಉತ್ತಮ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂತರವು ಇತರ ತರಕಾರಿಗಳಿಗಿಂತ ಭಿನ್ನವಾಗಿದ್ದು ಗುಳ್ಳ ಬೆಳೆಗಾರರು ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಧಿಕ ಪಾಲನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕೃಷಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಮಟ್ಟುಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಯು ವಿಶಿಷ್ಟ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ.

5.1.5 ಸಂಯುಕ್ತ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರ :

ಸಂಯುಕ್ತ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವನ್ನು ಗಣಿತಶಾಸ್ತ್ರದ ಉಪಕರಣದ ಸಹಾಯದಿಂದ ಕಂಡುಹಿಡಿಯಲಾಗಿದೆ.

ಸೂತ್ರ: $r = \sqrt[n]{\frac{Pn}{Po}} - 1$

ಇಲ್ಲಿ Pn = ಇಂದಿನ ಪ್ರಮಾಣ

Po = ಹಿಂದಿನ ಪ್ರಮಾಣ

n = ವರ್ಷಗಳು

5.1.6 Arithmatic Mean (A.M | $\bar{x}$)

Arithmatic mean is a measure of central tendency. Central tendency is the central value around which there is a concentration of values. For grouped data

$$\overline{X} = \frac{\Sigma fx}{N}$$

Where f = frequency

x = class mid value

N = total frequency (Beri, 2003)

5.1.7 Median (M)

Median is the middlemost value in a serially aranged data. The class where $(\frac{N}{2})^{th}$ value in the cumulative frequency is the median class. When open end class intervals are given, Median is the best measure of central tendency.

$$M = \ell + \left(\frac{\frac{N}{2} - M}{f}\right)c$$

Where ℓ – lower limit of median class

N – total frequency

M – cumulative frequency corresponding to the class preceding Median class.

f – frequency of the Median class

c – width of Median class (Beri 2003)

5.1.8 Kolmogorov – Smirnov D - Test :

This Test is concerned with the degree of agreement between a set of observed values and the values specified by the null hypothesis. It is used for comparing a set of value on an ordinal scale.

H_o : There is no difference in ratings given by the respondents.

H_1 : There is difference in rating given by the respondents.

D : Least upper bound | Fn (X) – F (X) |. If the calculated value of D exceeds critical value then the hypothesis must be rejected (Beri 2003).

5.1.9 95% Confidence Interval Estimate for Proportion :

This estimation is done on Standard Error Test basis. To get standard error we have

$$SE = \sqrt{\frac{p.q}{n}}$$

Where p – Sample proportion

q – 1- p

n – sample size

Then 95% confidence interval estimate is constructed around the sample proportion such that

p-z (S. E.) for lower point and

p+z (S. E.) for upper point

Where z indicates the number of standard errors for the confidence level.

At 5% level, Z is 1.96

Therefore 95% confidence interval would be :

$$p \pm 1.96\, \hat{\sigma}_p$$

5.1.10 Kruskal – Wallis Test :

Kruskal – Wallis Test may be applied by ranking all scores without considering the group to which they belong and then the sum of the ranks for each group must be computed. These sums are denoted by Ri

Then the formula is $H = \frac{12}{\sqrt{n(n+1)}} \sum_{i=1}^{K} \frac{Ri^2}{ni} - 3(n+1)$

Where H is the test statistic

$n = n_1+n_2+\ldots n_k$ is the total numbers of observations in all samples and Ri is the sum of ranks of all items in sample i. (Beri 2003)

5.1.11 Garrett's Ranking Technique :

The order of merit given by the respondents for each factor/reason was converted into ranks by using the following formula.

$$\% \text{ position} = \frac{100(R_{ij} - 0.5)}{n_j}$$

Where Rij = Rank for ith item by jth individual

Nj= Number of items ranked by jth individual

The percent position of each rank is converted into scores by referring tables given by Garrett and Woods Worth (1969). Then for each factor / reasons, scores of individual respondents are added together and devided by the total number of respondents for whom scores are added. The Mean scores for all the factors are ranked by in decreasing order. (Beri 2003).

5.2 ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯ ವಿಧಾನ :

ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶ ಸಾಧನೆಗಾಗಿ ಎರಡು ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ನಡೆಸಲಾಗಿದೆ. ಮೊದಲನೆಯದಾಗಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಉಡುಪಿ, ಕುಂದಾಪುರ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲೂಕುಗಳ 250 ಪ್ರಾತಿನಿಧಿಕ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಿ, ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ ಪ್ರಶ್ನೆ ಪತ್ರಿಕೆಯನ್ನು ನೀಡಿ ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ. ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆಯ ಉಪನಿರ್ದೇಶಕರ ಪ್ರಕಾರ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಮೂರು ತಾಲೂಕುಗಳಾದ ಉಡುಪಿ, ಕುಂದಾಪುರ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲೂಕುಗಳಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು 400 ರಿಂದ 450 ಮಂದಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಬೆಳೆಗಾರರು ಹಲವು ಗ್ರಾಮಗಳ ಹಲವು ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಹರಡಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಇವರಲ್ಲಿ ಬಹುತೇಕರು ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರು ಮತ್ತು ಒಂದು ಅಥವಾ ಎರಡು ವಿಧದ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುವವರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಹೀಗೆ ಸುಮಾರು 450 ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ 250 ಮಂದಿ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇದು ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರ ಶೇ. 55ರಷ್ಟು ಆಗಿದೆ.

ಉಡುಪಿ ತಾಲೂಕಿನ ಆಯ್ದ 25 ಗ್ರಾಮಗಳಾದ ಮಟ್ಟು, ಕೈಪುಂಜಾಲು, ಕಟಪಾಡಿ, ಏಣಗುಡ್ಡೆ, ಕಾಪು, ಅಂಬಾಡಿ, ಪಾಂಗಾಳ, ಕಡೆಕಾರು, ಸಾಲಿಗ್ರಾಮ, ಪೆರಂಪಳ್ಳಿ, ಕೋಟ, ಪಡುಕೆರೆ, ಕರ್ಕಡ, ಪಾರಂಪಳ್ಳಿ, ಬೆಳ್ಳೆ, ಭೈರಂಪಳ್ಳಿ, ಪೆರ್ಣಂಕಿಲ, ಮಣಿಪುರ, ನಡ್ಸಾಲ್, ತೋನ್ಸೆ, ಇನ್ನಂಜೆ, ವಾರಂಬಳ್ಳಿ, ಐರೋಡಿ, ಮಣೂರು ಮತ್ತು ಕೋಟತಟ್ಟು ಪ್ರದೇಶಗಳ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಲಾಗಿದೆ. ಕುಂದಾಪುರ ತಾಲೂಕಿನ ಆಯ್ದ 13 ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುವ ಪ್ರದೇಶಗಳಾದ ಹಂಗ್ಳೂರು, ಹಂಗವಳ್ಳಿ, ಮಾಳವಳ್ಳಿ, ಆಲೂರು, ಹೊಸೂರು, ಕೆಂಚನೂರು, ಉಪ್ಪುಂದ, ಅಂಪಾರು, ಹಟ್ಟಿಯಂಗಡಿ, ತ್ರಾಸಿ, ಹೆರಂಜಾಲು ಮತ್ತು ಶಿರೂರು ಗ್ರಾಮಗಳ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲೂಕಿನ ಆಯ್ದ 12 ಗ್ರಾಮಗಳಾದ ಇನ್ನ, ಬೈಲೂರು, ನೀರೆ, ಕೆರೆಬೆಟ್ಟು, ಮುದ್ರಾಡಿ, ಶಿವಪುರ, ಪಳ್ಳಿ, ವರಂಗ, ನಂದಳಿಕೆ, ಬೆಳ್ಮಣ್ಣು, ಮಾಳ ಮತ್ತು ಕಬ್ಬಿನಾಲೆ ಪ್ರದೇಶಗಳ ತಲಾ ಐದು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಂತೆ ಒಟ್ಟು 250 ಕೃಷಿಕರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಿ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ. ಹೀಗೆ ಸಂದರ್ಶಿಸಿ ಲಭಿಸಿದ ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ಉಪಕರಣಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಎರಡನೆಯ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಉಡುಪಿ, ಕುಂದಾಪುರ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲೂಕುಗಳ 120 ಪ್ರಾತಿನಿಧಿಕ ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಿ, ಮೊದಲೇ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ ಪ್ರಶ್ನೆಮಾಲಿಕೆಯನ್ನು ನೀಡಿ ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ. ಉಡುಪಿ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯ ಅಧ್ಯಕ್ಷರ ಅಂದಾಜಿನಂತೆ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಉಡುಪಿ, ಕುಂದಾಪುರ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲೂಕುಗಳಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು 20 ಮಂದಿ ರಖಂ ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಮತ್ತು 200 ರಿಂದ 230 ಮಂದಿ ಚಿಲ್ಲರೆ ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟಗಾರರು ವ್ಯವಹಾರ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಎಲ್ಲ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪೈಕಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ 10 ಮಂದಿ ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಸ್ಥರನ್ನು ಮತ್ತು 110 ಮಂದಿ ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಮಾರಾಟಗಾರರ ಸಂದರ್ಶನದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಸಂಯೋಜಿಸಿ ದೊರಕಿದ ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ಉಪಕರಣಗಳ ಸಹಾಯದೊಂದಿಗೆ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಉಡುಪಿ ತಾಲೂಕಿನ ಪ್ರಮುಖ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರದೇಶಗಳಾದ ಉಡುಪಿ ನಗರ, ಮಣಿಪಾಲ, ಹಿರಿಯಡ್ಕ, ಕಟಪಾಡಿ, ಶಿರ್ವ, ಕಾಪು, ಮೂಳೂರು, ಪಡುಬಿದ್ರಿ, ಉಚ್ಚಿಲ, ಸಂತೆಕಟ್ಟೆ, ಮಲ್ಪೆ, ಉದ್ಯಾವರ, ಬ್ರಹ್ಮಾವರ, ಸಾಸ್ತಾನ, ಸಾಲಿಗ್ರಾಮ, ಪಾಂಡೇಶ್ವರ, ಪರ್ಕಳ, ಬಾರ್ಕೂರು, ಕೋಟ, ಐರೋಡಿ, ಪಲಿಮಾರು, ಆದಿಉಡುಪಿ, ಕಡಿಯಾಳಿ, ಆತ್ರಾಡಿ, ನೀಲಾವರ, ಅಂಬಲ್ಪಾಡಿ, ಶಂಕರಪುರ, ಮತ್ತು ಕಲ್ಯಾಣಪುರ

ಪ್ರದೇಶಗಳ ಒಟ್ಟು 60 (ರಖಂ ಮತ್ತು ಚಿಲ್ಲರೆ) ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಿ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಅದಲ್ಲದೆ ಕಟಪಾಡಿ, ಶಿರ್ವ, ಉಡುಪಿ, ಕಲ್ಯಾಣಪುರ ಮತ್ತು ಸಾಲಿಗ್ರಾಮ ಈ ಐದು ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ವಾರದ ಸಂತೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ವಿಶ್ವಸನೀಯ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ. ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲೂಕಿನ ಕಾರ್ಕಳ, ಬೆಳ್ಮಣ್ಣು, ಕಬ್ಬಿನಾಲೆ, ಪಳ್ಳಿ, ಶಿವಪುರ, ಹೆಬ್ರಿ, ಕಾಂತಾವರ, ನಿಟ್ಟೆ, ನೀರೆ, ಬೈಲೂರು, ಅಜೆಕಾರು ಮತ್ತು ಇನ್ನ ಪಟ್ಟಣಗಳ ಪ್ರಮುಖ 28 ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಿದ್ದೇನೆ.

ಹಾಗೆಯೇ ಕುಂದಾಪುರ ತಾಲೂಕಿನ ಕುಂದಾಪುರ, ಕೋಟೇಶ್ವರ, ಬಸ್ರೂರು, ತೆಕ್ಕಟ್ಟೆ, ಕುಂಬಾಳೆ, ಹಾಲಾಡಿ, ಹಟ್ಟಿಯಂಗಡಿ, ಉಪ್ಪುಂದ, ಕೊಲ್ಲೂರು, ತಲ್ಲೂರು, ಹೊಸಂಗಡಿ, ಶಿರೂರು, ಶಂಕರನಾರಾಯಣ, ಮತ್ತು ಸಿದ್ದಾಪುರ ಪಟ್ಟಣಗಳ ಪ್ರಾತಿನಿಧಿಕ 32 ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ್ದೇನೆ.

ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಬಳಸಿದ ಪ್ರಶ್ನೆ ಮಾಲಿಕೆಗಳನ್ನು (ಕೃಷಿಕ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳ) ಅನುಬಂಧದಲ್ಲಿ ಕೊಡಲಾಗಿದೆ. ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹ ಮತ್ತು ಕ್ಷೇತ್ರ ಕಾರ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಸೂಚಿಸಿದ ಕೃಷಿಕ ಪ್ರತಿನಿಧಿ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳ ಸ್ಥೂಲ ವಿವರ ಈ ಕೆಳಗಿನಂತಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 5.1

ಮಾಹಿತಿ ಗಾತ್ರದ ವಿವರ

ತಾಲೂಕು	ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು (ಅಂದಾಜು)	ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಸೂಚಿಸಿದ ಬೆಳೆಗಾರರು	ಶೇಕಡ	ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟಗಾರರು (ಅಂದಾಜು)	ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಸೂಚಿಸಿದ ಮಾರಾಟಗಾರರು	ಶೇಕಡಾ
ಉಡುಪಿ	230	150	65	110	60	54
ಕುಂದಾಪುರ	140	60	43	65	32	49
ಕಾರ್ಕಳ	80	40	50	55	28	50
ಒಟ್ಟು	450	250	52	230	120	52

ಈ ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕ ವಿವರಿಸುವಂತೆ ಆಯ್ದ 250 ಮಂದಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಮತ್ತು 120 ಮಂದಿ ತರಕಾರಿ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಲಾಗಿದೆ. ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯ ಸಂದರ್ಶನದಿಂದ ಲಭಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ಉಪಕರಣಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ಹೀಗೆ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಬಹುದು.

5.2.1 ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕೃಷಿಕ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ :

1. ಹೆಸರು :
2. ಗ್ರಾಮ :
3. ತಾಲೂಕು :
4. ಪ್ರಾಯ : A. 25 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. 25–40 ವರ್ಷ C. 40–60 ವರ್ಷ

   D. 60 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು

	ಸಂ.	ಶೇ.
25 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ	38	15.2
25–40 ವರ್ಷ	54	21.6
40–60 ವರ್ಷ	132	52.8
60 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು	26	10.4
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯು ಶೈಕ್ಷಣಿಕವಾಗಿ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಮುಂದುವರಿದಿದ್ದು ಕೃಷಿಕಾರ್ಯಗಳು ಉಪೇಕ್ಷೆಗ ಒಳಗಾಗಿವೆ. ವಿದ್ಯಾವಂತ ಯುವಜನತೆ ನಗರೀಕರಣ ಸುಧಾರಣೆ ಮತ್ತು ಆಧುನೀಕರಣದ ಪ್ರಭಾವಕ್ಕೆ ಒಳಗಾಗಿ ಕೃಷಿಯಿಂದ ದೂರವಾಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಈ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವಾಗ ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬಂದ ವಿಚಾರವು ಈ ವಾದವನ್ನು ಪುಷ್ಟೀಕರಿಸುತ್ತದೆ.

ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬಂದಂತೆ ಶೇ.15–20ರಷ್ಟು ಕೃಷಿಕರು 25 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆಯವರು, ಶೇ.21.6 ಮಂದಿ 25 ರಿಂದ 40 ವರ್ಷದವರು, ಶೇ.52.8ರಷ್ಟು ಕೃಷಿಕರು 40 ರಿಂದ 60 ವರ್ಷದವರು ಮತ್ತು ಶೇ.10.4 ಕೃಷಿಕರು 60 ವರ್ಷದಾಟಿದವರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ದೊರಕಿದ ಫಲಿತಾಂಶವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ ಸರಾಸರಿ ಪ್ರಾಯವನ್ನು ಅಂದಾಜುಗೊಳಿಸಿದಾಗ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಕರ ಸರಾಸರಿ ಪ್ರಾಯ 45 ವರ್ಷ ಎಂದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. 40 ರಿಂದ 60 ವರ್ಷ ಪ್ರಯಾದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಅಧಿಕವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಈ ವರ್ಗವನ್ನು ಒಂದಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿ, ಉಳಿದವರನ್ನೆಲ್ಲ ಇನ್ನೊಂದು ಪಂಗಡವಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿದರೆ 40 ರಿಂದ 60 ವರ್ಷಪ್ರಾಯದ ಕೃಷಿಕರ ಪ್ರಮಾಣ 0.53 ಮತ್ತು ಉಳಿದವರ ಪ್ರಮಾಣ 0.47

ಇನ್ನು 95% Confidence Interval Estimation (CIE) ನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ಶೇ.95 ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆಯಲ್ಲಿ, ದೊರಕುವ ಫಲಿತಾಂಶವೆಂದರೆ ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಪೈಕಿ ಶೇ.46 ರಿಂದ ಶೇ.60ರಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು 40 ರಿಂದ 60 ವರ್ಷದ ಪ್ರಾಯದವರಾಗಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು. ಆದ್ದರಿಂದ ಬಹುತೇಕ ಕೃಷಿಕರು

ಮಧ್ಯಪ್ರಾಯದವರಾದ ಕಾರಣ, ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯು ಯುವಪೀಳಿಗೆಯನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಿಲ್ಲ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

5. ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಅನುಭವ : A. 0–5 ವರ್ಷ B. 5–10 ವರ್ಷ C. 10 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು

	ಸಂ.	ಶೇ.
0–5 ವರ್ಷ	28	11.2
5–10 ವರ್ಷ	46	18.4
10 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು	176	70.4
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಖಾಸಗಿ ರಂಗ ಮತ್ತು ಕೃಷಿಯೇತರ ರಂಗದಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಉದ್ಯೋಗಗಳು ಇರುವಲ್ಲಿ ದೈಹಿಕ ಶ್ರಮ ಬೇಡುವ ಕೃಷಿಕಾರ್ಯಗಳು ಯುವಜನತೆಯನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಅದರಲ್ಲೂ ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ವಿಭಕ್ತ ಕುಟುಂಬಗಳಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಆಸಕ್ತಿ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಈ ಹಿನ್ನಲೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅನುಭವವನ್ನು ಗಮನಿಸುವಾಗ ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬಂದ ವಿಚಾರವು ಈ ವಾದವನ್ನು ಪೋಷಿಸುತ್ತದೆ.

ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅನುಭವವನ್ನು ವಿವೇಚಿಸುವಾಗ ಶೇ.11.2ರಷ್ಟು ಜನರು ಐದು ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಅನುಭವವನ್ನು, ಶೇ.18.4 ರಷ್ಟು ಕೃಷಿಕರು 5 ರಿಂದ ಹತ್ತು ವರ್ಷದ ಅನುಭವವನ್ನು ಉಳಿದವರು ಶೇ.70.4ರಷ್ಟು ಕೃಷಿಕರು 10 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ ಅನುಭವವನ್ನು ಹೊಂದಿದವರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಇಲ್ಲಿ ಹತ್ತು ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಅದಿಕ ಅನುಭವವಿರುವವರನ್ನು ಒಂದು ಪಂಗಡವಾಗಿಯೂ ಉಳಿದವರನ್ನು ಇನ್ನೊಂದು ಪಂಗಡವಾಗಿಯೂ ಸ್ವೀಕರಿಸಿದರೆ. ಉಳಿದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.29.6 ಇದನ್ನು CIE ನ ಮೂಲಕ ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಹತ್ತು ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಕೃಷಿ ಅನುಭವವಿರುವ ಕೃಷಿಕರ ಪ್ರಮಾಣ ಒಟ್ಟು ಕೃಷಿಕರ ಪೈಕಿ ಶೇ.65ರಿಂದ ಶೇ.76ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು. ಹಾಗಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಕೃಷಿಕರು ಅನುಭವಸ್ಥರಾದ ಕಾರಣ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಕುರಿತಂತೆ ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಪುರಸ್ಕರಿಸಬಹುದು.

6. ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಹಿನ್ನೆಲೆ : A. ಪ್ರಾಥಮಿಕ B. ಮೆಟ್ರಿಕ್ C. ಪದವಿ D. ಅನಕ್ಷರಸ್ಥ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಪ್ರಾಥಮಿಕ	46	18.4
ಮೆಟ್ರಿಕ್	186	74.4
ಪದವಿ	18	7.2
ಅನಕ್ಷರಸ್ಥ	-	-
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಶೈಕ್ಷಣಿಕವಾಗಿ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಮುಂದುವರಿದ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಯಗಳು ಉಪೇಕ್ಷಿಸಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಸುಲಭರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸದ ಅವಕಾಶ ದೊರಕುವಾಗ ಯುವಜನತೆ ಕೃಷಿಯೇತರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಇಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅನಿವಾರ್ಯವಾಗಿ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿರುವ ವಿದ್ಯಾವಂತರನ್ನು ಸೂಕ್ತ ರೀತಿಯ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನದ ಮೂಲಕ ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಕೃಷಿ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಲು ಪ್ರೇರೇಪಿಸಿದರೆ ಕೃಷಿಕಾರ್ಯಗಳು ಲಾಭದಾಯಕವಾಗಬಹುದು.

ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದವರಲ್ಲಿ ಶೇ.74.4 ರಷ್ಟು ಜನರು ಮೆಟ್ರಿಕ್ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು ಇತರರ ಪ್ರಮಾಣ (ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮತ್ತು ಪದವಿ) ಶೇ.25.6. ಇವರನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಪಂಗಡಗಳಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿ CIE ನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಾಗ ಮೆಟ್ರಿಕ್ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸ ಹೊಂದಿದ ಕೃಷಿಕರ ಪ್ರಮಾಣ ಒಟ್ಟು ಕೃಷಿಕರಲ್ಲಿ ಶೇ.69 ರಿಂದ ಶೇ.80 ರ ಮಧ್ಯೆ ಬರುತ್ತದೆಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು. ಆದ್ದರಿಂದ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆ ಮತ್ತು ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಕೃಷಿ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅವಕಾಶಗಳಿವೆ ಎಂದು ತಿಳಿಯಬಹುದು.

7. ಕುಟುಂಬ ಸದಸ್ಯರ ಸಂಖ್ಯೆ : A. 1–4 B. 5–8 C. 8 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು

	ಸಂ.	ಶೇ.
1–4	196	78.4
5–8	43	17.2
8 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು	11	4.4
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಮುಂದುವರಿದ, ಜಾಗೃತಿಯಿಂದ ಕೂಡಿದ ಸಮಾಜ ಸಣ್ಣ ಕುಟುಂಬಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಇದು ಜನಸಂಖ್ಯೆಯ ಮೇಲೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಿಂದಾಗುವ ಪರಿಣಾಮ. ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಯಗಳು ಬಹುವಾಗಿ ಮಾನವಶ್ರಮವನ್ನು ಅಪೇಕ್ಷಿಸುವ ಕಾರಣ ಸಣ್ಣ ಕುಟುಂಬಗಳು ಸಂಕಷ್ಟಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿವೆ. ದುಬಾರಿ ಬೆಲೆಯ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುವುದು ಲಾಭದಾಯಕವಲ್ಲ. ಈ ಅಂಶವನ್ನು ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯದಿಂದ ಲಭಿಸಿದ ಫಲಿತಾಂಶವು ಅನುಮೋದಿಸುತ್ತದೆ.

ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದವರಲ್ಲಿ ಶೇ.78.4 ಜನರು 1 ರಿಂದ 4 ಸದಸ್ಯರನ್ನು, ಶೇ.17.2 ರಷ್ಟು ಮಂದಿ 5 ರಿಂದ 8 ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಮತ್ತು ಶೇ.4.4 ರಷ್ಟು ಜನರು 8 ಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದಾಗಿ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಇಲ್ಲಿ ಮಧ್ಯಕ ಚಲಕವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಂಡಾಗ ಪ್ರತಿಕುಟುಂಬದ ಸರಾಸರಿ ಸದಸ್ಯರ ಸಂಖ್ಯೆ 3.5 ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಬಹುತೇಕ ಸಣ್ಣ ಕುಟುಂಬವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು ಶ್ರಮದ ಕೊರತೆಯನ್ನು

ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡಬಹುದು. CIE ಪ್ರಕಾರ 1 ರಿಂದ 4 ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಹೊಂದಿದ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಒಂದು ವರ್ಗವಾಗಿಯೂ ಉಳಿದವರನ್ನು ಇನ್ನೊಂದು ವರ್ಗವಾಗಿಯೂ ಪರಿಗಣಿಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದರೆ 1 ರಿಂದ 4 ಸದಸ್ಯರಿರುವ ಕುಟುಂಬದ ಪ್ರಮಾಣ ಒಟ್ಟು ಕೃಷಿಕರಲ್ಲಿ ಶೇ.73 ರಿಂದ ಶೇ.83ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು.

8. ಜಾತಿ : A. ಪ. ಜಾತಿ / ಪ. ಪಂಗಡ B. ಇತರ ಹಿಂದುಳಿದವರ್ಗ
C. ಅಲ್ಪ ಸಂಖ್ಯಾಕರು D. ಸಾಮಾನ್ಯ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಪ. ಜಾತಿ / ಪ. ಪಂಗಡ	136	54.4
ಇತರ ಹಿಂದುಳಿದವರ್ಗ	68	27.2
ಅಲ್ಪ ಸಂಖ್ಯಾಕರು	34	13.6
ಸಾಮಾನ್ಯ	12	4.8
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಒಂದು ಮಾದರಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವವರು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ನಿಮ್ನವರ್ಗಕ್ಕೆ ಸೇರಿದವರು. ಮುಂದುವರಿದವರು ವಿದ್ಯೆಯ ಬೆನ್ನು ಹತ್ತಿ ಶ್ರಮದಾಯಕ ಕೃಷಿಯಿಂದ ವಿಮುಖರಾಗಿ ಇತರ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ನೆಲೆ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಕೃಷಿ ರಂಗವು ಶಿಷ್ಟ ವರ್ಗದಿಂದ ಮತ್ತು ಸರಕಾರದಿಂದ ಉಪೇಕ್ಷಿಸಲ್ಪಟ್ಟಾಗ ಆ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವವರ ಬಾಳು ಚಿಂತಾದಾಯಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಆಹಾರ ನೀಡುವ, ಬಹುಪಾಲು ಜನರನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾದಾಗ ಮಾತ್ರ ದೇಶದ ಸಮಗ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಉಪೇಕ್ಷಿತರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಬೇಕಾದರೆ ಮೊದಲಿಗೆ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಬೇಕು. ಸಮಾಜದ ದುರ್ಬಲ ವರ್ಗದ ಮತ್ತು ಮಹಿಳಾ ಸಬಲೀಕರಣಕ್ಕೆ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯೊಂದೇ ದಾರಿ.

ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬಂದಂತೆ ಪರಿಶಿಷ್ಟ ಜಾತಿ / ಪರಿಶಿಷ್ಟ ಪಂಗಡಕ್ಕೆ ಸೇರಿದ ಜನರು ಅತಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಇವರನ್ನು ಒಂದು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಯೂ ಇತರರನ್ನು ಇನ್ನೊಂದು ಗುಂಪಾಗಿಯೂ ತೆಗೆದುಕೊಂಡರೆ ಪ.ಜಾತಿ/ ಪ. ಪಂಗಡದ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.54.4 ಮತ್ತು ಇತರರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.45.6ರಷ್ಟು ಇದೆ. CIE ನ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ನಿರತರಾದವರಲ್ಲಿ ಪ. ಜಾತಿ/ ಪ. ಪಂಗಡದವರು ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.48 ರಿಂದ ಶೇ.61ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಅದೇ ರೀತಿ ಪ. ಜಾತಿ, ಪ. ಪಂಗಡ ಮತ್ತು ಇತರ ಹಿಂದುಳಿದವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ ಉಳಿದವರನ್ನೆಲ್ಲ ಇನ್ನೊಂದು ಗುಂಪಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿದಾಗ ಮೊದಲಿನ

ಗುಂಪಿನ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.81.6 ಮತ್ತು ಉಳಿದವರು ಶೇ.18.4. ಹೀಗೆ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ಪ. ಜಾತಿ, ಪ. ಪಂಗಡ ಮತ್ತು ಇತರ ಹಿಂದುಳಿದವರ್ಗದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುವವರಲ್ಲಿ ಶೇ.77ರಿಂದ ಶೇ.86ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಯಾವತ್ತೂ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯು ನೇರವಾಗಿ ಪ. ಜಾತಿ, ಪ.ಪಂಗಡ ಮತ್ತು ಇತರ ಹಿಂದುಳಿದ ವರ್ಗದವರ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಸಬಲೀಕರಣಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

9. ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯಿಂದ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಆದಾಯಗಳಿಸುವಿರಾ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	187	74.8
ಇಲ್ಲ	63	25.2
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಭಾರತದ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ವಿಲಕ್ಷಣತೆ ಎಂದರೆ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಕೊರತೆ, ಋತು ಸಂಬಂಧಿ ಉದ್ಯೋಗ ಮತ್ತು ವರಮಾನ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ರೈತರಿಗೆ ವರ್ಷಪೂರ್ತಿ ಉದ್ಯೋಗ ಮತ್ತು ವರಮಾನ ನೀಡಲು ಕೃಷಿ ಸಂಬಂಧಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಾದ ಹೈನುಗಾರಿಕೆ, ಪುಷ್ಪೋದ್ಯಮ, ರೇಷ್ಮೆ ಸಾಕಣೆ ಮುಂತಾದುವುಗಳ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಿದೆ. ಇವುಗಳೆಲ್ಲವುಗಳ ಪೈಕಿ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯು ಹೆಚ್ಚಿನ ತಾಂತ್ರಿಕ ನೈಪುಣ್ಯವನ್ನು ಬಯಸದಿರುವುದರಿಂದ ರೈತರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಆದಾಯವನ್ನು ಗಳಿಸಿಕೊಟ್ಟು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಸಹಕರಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದು ರೈತರು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳಿಂದ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯಿಂದ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆದಾಯ ಗಳಿಸುವಿರಾ. ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಶೇ.74.8 ಮಂದಿ ಹೌದೆಂದು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದರೆ, ಉಳಿದ ಶೇ.25.2 ಮಂದಿ ಇಲ್ಲವೆಂದೂ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಫಲಿತಾಂಶವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯಿಂದ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಆದಾಯ ಗಳಿಸುತ್ತಿರುವವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.69 ಮತ್ತು ಶೇ.80 ರ ಮಧ್ಯೆ ಬರುತ್ತದೆಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು. ಇದರಿಂದ ವ್ಯಕ್ತವಾಗುವುದೇನೆಂದರೆ ಬಹುತೇಕ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯು ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಆದಾಯದ ಮೂಲವಾಗಿದೆ.

10. ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯಿಂದ ಜೀವನ ಮಟ್ಟ ಸುಧಾರಿಸಿದೆಯೇ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	218	87.2
ಇಲ್ಲ	32	12.8
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಹೌದು ಎಂದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.87.2 ಮತ್ತು ಇಲ್ಲ ಎಂದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.12.8. ಜೀವನ ಮಟ್ಟ ಸುಧಾರಿಸಿದೆ ಎಂದವರ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಪೈಕಿ ಶೇ.83 ರಿಂದ ಶೇ.91 ರಷ್ಟು ಮಂದಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುವುದರಿಂದ ಜೀವನ ಮಟ್ಟ ಸುಧಾರಿಸಿದೆ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಅನುಮೋದಿಸಿದ್ದಾರೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಇದರಿಂದ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

11. ಭೂಹಿಡುವಳಿ-(ಸ್ವಂತ ಭೂಮಿ): A. ಒಂದು ಎಕರೆಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. 1-5 ಎಕರೆ C. 5-10 ಎಕರೆ D. 10 ಎಕರೆಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಒಂದು ಎಕರೆಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ	124	82.7
1-5 ಎಕರೆ	26	17.3
5-10 ಎಕರೆ	-	-
10 ಎಕರೆಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು	-	-
ಒಟ್ಟು	**150**	**100**

ಕರಾವಳಿ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಹುತೇಕ ಕೃಷಿಕರು ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರಾಗಿದ್ದು ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ದುರ್ಬಲರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಸರಕಾರದ ಮತ್ತು ಸಂಘ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಯೋಜನೆಗಳು ಮಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಬೃಹತ್ ರೈತರ ಪಾಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು ಭೂರಹಿತರು ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರಿಗೆ ಯಾವುದೇ ಪ್ರಯೋಜನ ಲಭಿಸುತ್ತಿಲ್ಲ. ಆದ್ದರಿಂದ ಭೂರಹಿತರಿಗೆ ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರಿಗೆ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವಿನ ತುರ್ತು ಅಗತ್ಯವಿದೆ ಎಂಬುದು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳಲ್ಲಿ ವೇದ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಒಟ್ಟು ಸಂದರ್ಶಿಸಿದ 250 ಕೃಷಿಕ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳ ಪೈಕಿ 150 ಕೃಷಿಕ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳು ಸ್ವಂತ ಕೃಷಿಭೂಮಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ. ಇವರಲ್ಲಿ ಶೇ.82.7 ರಷ್ಟು ಜನರು ಒಂದು ಎಕರೆಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯನ್ನು ಉಳಿದ ಶೇ.17.3 ರಷ್ಟು ಮಂದಿ ಒಂದು ಎಕರೆಗಿಂತ ಅಧಿಕ ಭೂ ಹಿಡುವಳಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದಾಗಿಯೂ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಎರಡು ಪಂಗಡಗಳನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸಿ CIE ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ಒಂದು ಎಕರೆಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಭೂ ಹಿಡುವಳಿ ಹೊಂದಿದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.78 ರಿಂದ ಶೇ.87ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಇದರಿಂದ ವ್ಯಕ್ತವಾಗುವ ಅಂಶವೆಂದರೆ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಹುತೇಕ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರಾದುದರಿಂದ ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ದುರ್ಬಲರಾಗಿದ್ದು ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವಿನ ತಕ್ಷಣದ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

12. ಗುತ್ತಿಗೆ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಭೂಹಿಡುವಳಿ ಹೊಂದಿರುವಿರಾ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	126	84
ಇಲ್ಲ	24	16
ಒಟ್ಟು	**150**	**100**

ಭೂರಹಿತರು ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರು ಇತರರ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯನ್ನು ಗುತ್ತಿಗೆ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಯೋಗ್ಯ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯ ಕೊರತೆಯಿರುವಲ್ಲಿ ಗುತ್ತಿಗೆ ದರವು ಅಧಿಕವಿದ್ದು ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ವೆಚ್ಚವಾಗುವ ಸಂಭವವಿದೆ.

ಭೂರಹಿತ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲದೆ ಸ್ವಂತ ಭೂಮಿ ಹೊಂದಿದ ರೈತರೂ ಗುತ್ತಿಗೆ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಇತರರಿಂದ ಭೂಮಿಯನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಕಾರಣ 150 ಕೃಷಿಕರು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಮತ್ತು ಇವರಲ್ಲಿ 126 ಮಂದಿ (ಶೇ.84) ಗುತ್ತಿಗೆ ಭೂಮಿ ಹೊಂದಿದ್ದೇವೆ ಎಂದೂ, ಶೇ.16 ರಷ್ಟು ಮಂದಿ ಇಲ್ಲವೆಂದೂ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಇದನ್ನು ಗಮನಿಸುವಾಗ ಗುತ್ತಿಗೆ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಭೂ ಹಿಡುವಳಿ ಹೊಂದಿರುವ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಕರ ಪ್ರಮಾಣ ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ.79 ರಿಂದ ಶೇ.89 ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎಂದು CIE ನ ಪ್ರಕಾರ ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು. ಹಾಗಾಗಿ ಬಹುತೇಕ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಪ್ರಧಾನ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿನ ಋತು ಸಂಬಂಧಿ ನಿರುದ್ಯೋಗದ ನಿವಾರಣೆಗಾಗಿ ಗುತ್ತಿಗೆ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಇತರರ ಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಇದನ್ನು ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿರುವ ನಿರುದ್ಯೋಗ ಮತ್ತು ಬಡತನದ ಸೂಚಿ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಬಹುದು.

13. ಗುತ್ತಿಗೆ ಭೂಮಿಯ ಗುತ್ತಿಗೆ ವೆಚ್ಚ (ಒಂದು ಎಕರೆಗೆ):

A. ರೂ.500 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. ರೂ.500-1000 C. ರೂ.1000 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ರೂ.500 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ	3	2.4
ರೂ.500-1000	97	77
ರೂ.1000 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.	26	20.6
ಒಟ್ಟು	**126**	**100**

ಗುತ್ತಿಗೆ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುವ 126 ಕೃಷಿಕರ ಪೈಕಿ ಶೇ.2.4 ಜನರು ಗುತ್ತಿಗೆ ವೆಚ್ಚ ಪ್ರತಿ ಎಕರೆಗೆ ರೂ 500 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಎಂದೂ, ಶೇ.77 ರಷ್ಟು ಮಂದಿ ರೂ

500 ಮತ್ತು ರೂ. 1000ದ ಅಂತರದಲ್ಲಿ, ಉಳಿದ ಶೇ.20.6 ಮಂದಿ ರೂ. ಒಂದು ಸಾವಿರಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ ಎಂದು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಒಟ್ಟು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯ ಮಧ್ಯಕ ಚಲಕವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ಗುತ್ತಿಗೆ ಭೂಮಿಯ ವೆಚ್ಚ ಎಕರೆಯೊಂದಕ್ಕೆ ರೂ. 825 ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು. ಆದ್ದರಿಂದ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಗುತ್ತಿಗೆ ಭೂಮಿಯ ವೆಚ್ಚವು ಮಹತ್ವದ್ದಾಗಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

14. ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಮಾಹಿತಿ

	ಬೆಳೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಹುಟ್ಟುವಳಿ(ಕ್ವಿಂ)
A.	ಬದನೆ		
B.	ಬೆಂಡೆ		
C.	ಬೂದುಕುಂಬಳ		
D.	ಸೌತೆ		
E.	ಸಿಹಿಗೆಣಸು		

ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಹಲವಾರು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದರೂ ಅಧ್ಯಯನದ ಸೌಲಭ್ಯಕ್ಕೋಸ್ಕರ ಪ್ರಮುಖ ಐದು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಐದು ತರಕಾರಿಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಮತ್ತು ಕೃಷಿಕರ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಗತಿಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಲು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

15. ಸ್ವಂತ ನೀರಾವರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ – A. ಇದೆ B. ಇಲ್ಲ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	68	27.2
ಇಲ್ಲ	182	72.8
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಅನಿಶ್ಚಿತತೆ ಮತ್ತು ಅನಿಯಮಿತ ಮಳೆ ಬೀಳುವ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದ ಸಕಾಲಿಕ ನೀರಾವರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಅತ್ಯಂತ ಮಹತ್ವ ನೀರಾವರಿ ವೆಚ್ಚವು ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚದ ಒಂದು ಭಾಗವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಸರಕಾರಿ ಪೋಷಿತ ನೀರಾವರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಕೃಷಿಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಪೂರಕ.

ಒಟ್ಟು 250 ಮಂದಿ ಮಾದರಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಪೈಕಿ ಶೇ.27.2 ಮಂದಿ ಇದೆ ಎಂದೂ ಉಳಿದ ಶೇ.72.8 ಮಂದಿ ಇಲ್ಲವೆಂದೂ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. CIE ನ ಅಂದಾಜಿನಂತೆ

ಸ್ವಂತ ನೀರಾವರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇಲ್ಲದವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಪೈಕಿ ಶೇ.67 ರಿಂದ ಶೇ.78 ರ ನಡುವೆ ಇದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಆದ್ದರಿಂದ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ನೀರಾವರಿ ಕೊರತೆ ತೀವ್ರ ತೊಡಕಾಗಿದೆ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಬಹುದು.

16. ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಯಗಳಿಗೆ ಕೆಲಸದಾಳುಗಳ ಅವಶ್ಯವಿದೆಯೇ – A. ಇದೆ B. ಇಲ್ಲ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	211	84.4
ಇಲ್ಲ	39	15.6
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಯಗಳು ಕಾರ್ಮಿಕರ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುವುದು ಇತ್ತೀಚೆಗಿನ ವಿದ್ಯಾಮಾನ. ಕುಟುಂಬ ಯೋಜನೆ, ವಿಭಕ್ತ ಕುಟುಂಬ ಮತ್ತು ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಕ್ರಾಂತಿಯಿಂದಾಗಿ ಕರಾವಳಿಯ ಜಿಲ್ಲೆಯು ಕಾರ್ಮಿಕರ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದ್ದು ವಲಸೆ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ಅವಲಂಭಿಸಬೇಕಾಗಿ ಬಂದಿದೆ. ಇದು ವೆಚ್ಚದಾಯಕವೂ ಅಸಮರ್ಪಕವೂ ಎಂಬುದಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತವಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಕುಟುಂಬ ಸದಸ್ಯರಲ್ಲದೆ ಇತರ ಕೆಲಸದಾಳುಗಳ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆಯೆಂದು ಶೇ.84.4 ಮಂದಿ, ಕೆಲಸದಾಳುಗಳ ಅಗತ್ಯ ಇಲ್ಲವೆಂದು ಉಳಿದ ಶೇ.15.6 ಮಂದಿಯೂ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. CIEನ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಂತೆ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಗೆ ಕೆಲಸದಾಳುಗಳ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇರುವವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಪೈಕಿ ಶೇ.80 ರಿಂದ ಶೇ.89ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಇದರಿಂದ ವ್ಯಕ್ತವಾಗುವುದೇನೆಂದರೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಸಣ್ಣ ಕುಟುಂಬ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಕೃಷಿಕಾರ್ಯಗಳಿಗೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಮಾನವ ಶ್ರಮದ ಪೂರೈಕೆಯಾಗದೆ ತೊಂದರೆಯುಂಟಾಗಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

17. ಇದ್ದರೆ ಕೂಲಿ ಕೆಲಸದಾಳುಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ : A. 1–3 B. 4–6 C. 7–9

	ಸಂ.	ಶೇ.
1-3	104	49
4-6	68	33
7-9	36	18
ಒಟ್ಟು	**208**	**100**

ಕೆಲಸದಾಳುಗಳ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ ಎಂದು ಹೇಳಿದ 211 ಜನರ ಪೈಕಿ ಶೇ.49 (104) ಬೆಳೆಗಾರರು ಒಂದರಿಂದ ಮೂರು ಕೆಲಸದಾಳುಗಳು ಅವಶ್ಯವಿದೆಯೆಂದೂ ಶೇ.33 (68)

ಮಂದಿ 4 ರಿಂದ 6 ಕೆಲಸಗಾರರು ಅವಶ್ಯವೆಂದೂ ಉಳಿದಂತೆ ಶೇ.18 (36) ಬೆಳೆಗಾರರು 7 ಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ ಕೆಲಸದವರ ಅಗತ್ಯ ಇದೆ ಎಂದು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ಪ್ರತಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರನಿಗಿರುವ ಸರಾಸರಿ ಕೆಲಸದಾಳುಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಸುಮಾರು 3.8 ಅಂದರೆ 4 ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಬಹುದು. ಇದರಿಂದ ತಿಳಿದು ಬರುವುದೇನೆಂದರೆ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಇನ್ನೂ ಯಾಂತ್ರೀಕರಣಗೊಂಡಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಮಾನವ ಶ್ರಮ ಆಧಾರಿತವಾಗಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಮಾನವ ಶ್ರಮದ ಕೊರತೆ, ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

18. ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ವೇತನ (ದಿನಗೂಲಿ):

A. ರೂ.200 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. ರೂ.200-300 C. ರೂ.300 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ರೂ.200 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ	116	46.4
ರೂ.200-300	130	52
ರೂ.300 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.	4	1.6
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದ ಶೇ.46 ಬೆಳೆಗಾರರು ದಿನಕೂಲಿ ವೇತನ ರೂ. 200 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಎಂದೂ, ಶೇ.52 ಮಂದಿ ರೂ 200 ರಿಂದ ರೂ 300 ಎಂದು, ಉಳಿದಂತೆ ಶೇ.1.6 ಮಂದಿ ರೂ. 300 ಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ ಎಂದೂ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಇವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳ ಸರಾಸರಿಯನ್ನು ಅಂದಾಜಿಸಿದಾಗ ಸರಾಸರಿ ದಿನಗೂಲಿ ವೆಚ್ಚ ಸುಮಾರು ರೂ. 250 ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬರುವುದು. ಆದರೆ ದಿನಗೂಲಿ ವೆಚ್ಚವು ಪ್ರದೇಶದಿಂದ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ ಮತ್ತು ಕೆಲಸದಿಂದ ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ವ್ಯತ್ಯಾಸವಾಗುವ ಕಾರಣ ನಿಖರವಾಗಿ ಕೂಲಿವೆಚ್ಚವನ್ನು ಅಂದಾಜಿಸುವಂತಿಲ್ಲ. ಆದರೂ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಕೂಲಿ ವೆಚ್ಚವೂ ಒಳಗೊಂಡಿದೆ ಎನ್ನಲಡ್ಡಿಯಿಲ್ಲ.

19. ಕ್ಲಪ್ತ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವು ದೊರಕಿದೆಯೇ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	7	2.8
ಇಲ್ಲ	243	97.2
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಕೃಷಿ ಪ್ರಧಾನ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವುಗಳಾದ ಹಣಕಾಸು, ನೀರಾವರಿ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ರೈತಾಪಿ ಜನರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಅಗತ್ಯ. ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರು

ಮತ್ತು ಭೂರಹಿತರೇ ಹೆಚ್ಚು ಇರುವಲ್ಲಿ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವು ಅನಿವಾರ್ಯ. ಆದರೆ ಸರಕಾರ ಮತ್ತು ಸರಕಾರೇತರ ಸಂಘ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಂದ ನೆರವು ದೊರಕದಿದ್ದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಗೆ ಯೋಗ್ಯ ಉತ್ತೇಜನವಿರದೆ ಲಾಭದಾಯಕವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಭಾರತದ ಬಹುತೇಕ ಹಳ್ಳಿಗಳ ಸಣ್ಣ ರೈತರ ಗೋಳು ಇದಾಗಿದ್ದು ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯವೂ ಇದಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾಗಿದೆ.

250 ಮಂದಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದವರ ಪೈಕಿ ಬಹುತೇಕರು ಅಂದರೆ ಶೇ.97.2 ಮಂದಿ ಸರಕಾರದಿಂದ ಅಥವಾ ಇಲಾಖೆಗಳಿಂದ ಯಾವುದೇ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವು ದೊರಕುವುದಿಲ್ಲವೆಂದೂ ಉಳಿದಂತೆ ಶೇ.2.8 ಬೆಳೆಗಾರರು ದೊರಕುವುದೆಂದೂ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದ್ದಾರೆ. 95% CIE ನಂತೆ ಅಂದಾಜಿನಂತೆ ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಪೈಕಿ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವು ದೊರಕದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.95 ರಿಂದ ಶೇ.99 ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಇದು ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅತಂತ್ರ ಮತ್ತು ಅನಾಥ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

20. ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವಿನ ಬಗ್ಗೆ ಇಲಾಖೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕವಿದೆಯೇ? A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	92	36.8
ಇಲ್ಲ	158	63.2
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯ ನಡೆಸಿದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಶೇ.36.8 ರಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು ಕೃಷಿ ಇಲಾಖೆ/ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿರುವುದಾಗಿಯೂ ಉಳಿದಂತೆ ಶೇ.63.32 ಮಂದಿ ಸಂಪರ್ಕ ಹೊಂದಿಲ್ಲವೆಂದೂ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಶೇ.95 CIE ನ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರದಂತೆ ಕೃಷಿ ಇಲಾಖೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಹೊಂದದ ಕೃಷಿಕರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಶೇ.57 ರಿಂದ ಶೇ.69 ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ರೈತರು ತಮ್ಮ ಕಷ್ಟಕಾಲದಲ್ಲಿ ಅಂದರೆ ಅತಿವೃಷ್ಟಿ, ಅನಾವೃಷ್ಟಿ, ಸಸ್ಯರೋಗ, ಕ್ರಿಮಿಕೀಟಗಳ ಹಾವಳಿ ಮುಂತಾದುವುಗಳಿಂದಾಗಿ ನಷ್ಟ ಸಂಭವಿಸಿದಾಗ ಸರಕಾರ, ಕೃಷಿಇಲಾಖೆ ಅಥವಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆಗಳ ಮೊರೆ ಹೋಗುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಕಾನೂನಿನನ್ವಯ ಸ್ವಂತ ಭೂಮಿ ಹೊಂದದವರು ಮತ್ತು ಅತಿ ಸಣ್ಣ ರೈತರು ಬೆಳೆ ವಿಮೆಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಬಾರದ ಕಾರಣ ಭರವಸೆಯನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಂಡು ಸರಕಾರ ಮತ್ತು ಇಲಾಖೆಗಳ ಕುರಿತು ಜುಗುಪ್ಸೆಯ ಮನೋಭಾವವನ್ನು ಬೆಳೆಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ.

II. ವಾರ್ಷಿಕ ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರಮಾಣದ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ (ಎಕರೆ ವಾರು)

ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆ	ಪ್ರಮಾಣ	ಸರಾಸರಿ ಧಾರಣೆ
A. ಬದನೆ		
B. ಬೆಂಡೆ		
C. ಬೂದುಕುಂಬಳ		
D. ಸೌತೆ		
E. ಸಿಹಿಗೆಣಸು		

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಹಲವು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದ್ದು ಅಧ್ಯಯನದ ಸೌಕರ್ಯಕ್ಕೋಸ್ಕರ ಪ್ರಮುಖ ಐದು ತರಕಾರಿಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಅದರಿಂದ ಬರತಕ್ಕ ಆದಾಯವನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇದನ್ನು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಗತಿಯನ್ನು ಅಂದಾಜಿಸಲು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

V. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿ :

21. ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಿಡುಗಡೆಗೊಳಿಸುವ ಸಂದರ್ಭಗಳು ಎಷ್ಟು?

A. ತಿಂಗಳಿಗೊಮ್ಮೆ B. ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಎರಡುಸಲ

C. ವಾರಕ್ಕೊಮ್ಮೆ D. ವಾರದಲ್ಲಿ 2 ಬಾರಿ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚು

	ಸಂ.	ಶೇ.
ತಿಂಗಳಿಗೊಮ್ಮೆ	23	9.2
ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಎರಡುಸಲ	56	22.4
ವಾರಕ್ಕೊಮ್ಮೆ	84	33.6
ವಾರದಲ್ಲಿ 2 ಬಾರಿ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚು	87	34.8
ಒಟ್ಟು	250	100

ಉಪ ಆದಾಯವನ್ನು ತರುವ ವೃತ್ತಿಗಳು ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಆಗಾಗ ಆದಾಯವನ್ನು ತರುವಂತಿದ್ದರೆ ಕೃಷಿಕರ ವರಮಾನವು ಹೆಚ್ಚಿ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಹೈನುಗಾರಿಕೆಯನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿದರೆ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳೆ ರೈತರಿಗೆ ಹಲವು ಬಾರಿ ಆದಾಯವನ್ನು ತರುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ತರಕಾರಿ ಬೆಲೆಯು ರೈತರಿಗೆ ಉಪಆದಾಯವನ್ನು ಶೀಘ್ರ ಅಂತರಗಳಲ್ಲಿ ತಂದುಕೊಡುವ ಮೂಲಕ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಸಹಕರಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದು ಬೆಳೆಗಾರರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಿಂದ ಅನುಮೋದಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ.

ಶೇ.9.2 ಮಂದಿ ತಿಂಗಳಿಗೊಮ್ಮೆ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಒಯ್ಯುವುದಾಗಿಯೂ, ಶೇ.22.4 ಮಂದಿ ತಿಂಗಳಿಗೆ ಎರಡು ಬಾರಿ ಎಂದು, ಶೇ.33.6 ಮಂದಿ ವಾರಕ್ಕೊಮ್ಮೆ ಎಂದು, ಶೇ.34.8 ಮಂದಿ ವಾರಕ್ಕೆರಡು ಬಾರಿ ಎಂದೂ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ವಾರಕ್ಕೊಮ್ಮೆ ಮತ್ತೆ ಎರಡು ಬಾರಿ ಎಂದು ಹೇಳಿದವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ (ಶೇ.68.4) ಉಳಿದವರನ್ನು ಇನ್ನೊಂದು ಗುಂಪಾಗಿ (ಶೇ.31.6) ಸ್ವೀಕರಿಸಿದರೆ, 95% CIE ಅಳವಡಿಸಿದಾಗ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ವಾರದಲ್ಲಿ ಒಮ್ಮೆ ಅಥವಾ ಎರಡು ಬಾರಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ.63 ರಿಂದ ಶೇ.74 ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

ಹೀಗಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಇತರ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆದು ಆದಾಯವನ್ನು ಪಡೆಯುವರಿಗಿಂತ ಅಧಿಕ ಅಂತರದಲ್ಲಿ ಆದಾಯವನ್ನು ಗಳಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಇದು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಧನಾತ್ಮಕ ಅಂಶವಾಗಿದೆ.

22. ನಿಮ್ಮ ಆಯ್ಕೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಯಾವುದು?

A. ಸ್ಥಳೀಯ B. ಪಟ್ಟಣ C. ತಾಲೂಕು ಕೇಂದ್ರ D. ಜಿಲ್ಲಾ ಕೇಂದ್ರ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಸ್ಥಳೀಯ	86	34.4
ಪಟ್ಟಣ	73	29.2
ತಾಲೂಕು ಕೇಂದ್ರ	59	23.6
ಜಿಲ್ಲಾ ಕೇಂದ್ರ	32	12.8
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸೂಕ್ತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆಯ್ಕೆಯು ಉತ್ತಮ ಧಾರಣೆ ಲಭಿಸಲು ಅವಶ್ಯಕ. ಶೀಘ್ರ ಹಾಳಾಗುವ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಯೋಗ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಬೇಕಾದ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಿದೆ. ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಜಿಲ್ಲಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದರೆ ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆ ದೊರಕಬಹುದು. ಆದರೆ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬೆಳೆಗಾರರು ಇದಕ್ಕೆ ವಿರುದ್ಧವಾಗಿ ವರ್ತಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು CIE ನ ಮೂಲಕ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ಬೆಳೆಗಾರರು ತಾವು ಬೆಳೆದ ತರಕಾರಿಗಳಿಗಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಸಮಾನವಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಿಲ್ಲ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಕೆಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ (ಸ್ಥಳೀಯ) ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಾಶಸ್ತ್ಯ ನೀಡಿದ್ದಾರೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಸ್ಥಳೀಯ ಮತ್ತು ಪಟ್ಟಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ (ಶೇ.63.6) ಮತ್ತು ಉಳಿದವರನ್ನು ಇನ್ನೊಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿದರೆ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.36.4. ಇಲ್ಲಿ 95% CIE ನ್ನು ಅಂದಾಜಿಸಿದಾಗ ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಸ್ಥಳೀಯ ಮತ್ತು ಪಟ್ಟಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.58 ಮತ್ತು ಶೇ.70 ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

ಪ್ರಾಯಶ: ಅಸಮರ್ಪಕ ಸಾರಿಗೆ ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚದಿಂದಾಗಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಶೀಘ್ರ ವಿಲೇವಾರಿಗೋಸ್ಕರ ಸ್ಥಳೀಯ ಮತ್ತು ಸಮೀಪ ಪಟ್ಟಣದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

23. ಬೆಳೆಗಳ ಬೆಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸುವಿರಾ : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	47	18.8
ಇಲ್ಲ	203	81.2
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಜಾಗೃತ ಬೆಳೆಗಾರ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುವ ಮೊದಲು ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವ ಹಲವು ಮೂಲಗಳೂ ಇರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಶೈಕ್ಷಣಿಕವಾಗಿ ಮುಂದುವರಿದ ಜಿಲ್ಲೆಯ ರೈತರು ಬೆಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸುವಲ್ಲಿ ಮುಂಚೂಣಿಯಲ್ಲಿರಬೇಕಿತ್ತು ಎಂಬ ವಾದವನ್ನು ಜಿಲ್ಲೆಯ ರೈತರು ಸುಳ್ಳಾಗಿಸಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಅವರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಹೇಳಬಹುದು. ಹಾಗೆಯೇ ಹಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿನ ಬೆಲೆಗಳ ನಡುವಿನ ಹೋಲಿಕೆಗೆ ಹೋಗದ ಜಿಲ್ಲೆಯ ರೈತರು ಇನ್ನೂ ಜಾಗೃತರಾಗಿಲ್ಲ ಎನ್ನಬಹುದು.

ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದವರಲ್ಲಿ ಶೇ.18.3 (47) ಜನರು ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿರುವುದಾಗಿಯೂ, ಉಳಿದವರು ಶೇ.81.2 (203) ಇಲ್ಲವೆಂದೂ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. 95% CIE ನ ಪ್ರಕಾರ ಅಂದಾಜಿಸಿದಾಗ ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ.76 ರಿಂದ ಶೇ.86 ರ ನಡುವೆ ಬರುವುದಾಗಿಯೂ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ರೈತರು ಬೆಲೆಗಳ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಯಾಕೆಂದರೆ ಬೆಲೆಗಳು ಕಡಿಮೆ ಇದ್ದರೂ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ದಾಸ್ತಾನು ಇರಿಸಿ ಕಾದು ನೋಡುವ ಸೌಲಭ್ಯ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಇಲ್ಲದ ಕಾರಣ ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿರುವ ಬೆಲೆಯಲ್ಲೇ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಅನಿವಾರ್ಯತೆ ಇದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

24. ಹೌದಾದರೆ A. ಪ್ರತಿ ದಿನ B. ವಾರಕ್ಕೆರಡು ಬಾರಿ C. ವಾರಕ್ಕೊಮ್ಮೆ D. ಪಾಕ್ಷಿಕ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಪ್ರತಿ ದಿನ	0	-
ವಾರಕ್ಕೆರಡು ಬಾರಿ	9	19.1
ವಾರಕ್ಕೊಮ್ಮೆ	18	38.3
ಪಾಕ್ಷಿಕ	20	42.6
ಒಟ್ಟು	**47**	**100**

ಕೇವಲ 47 ಜನರು ಅಂದರೆ ಶೇ.18.8 ಜನರು ಮಾತ್ರ ಬೆಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅವರಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನವರು (ಶೇ.42) ಪಾಕ್ಷಿಕವಾಗಿಯೂ, ಶೇ.38 ಜನರು ವಾರಕ್ಕೊಮ್ಮೆಯೂ, ಶೇ.19.1 ಬೆಳೆಗಾರರು ವಾರಕ್ಕೆರಡು ಬಾರಿ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇದರಿಂದ ವ್ಯಕ್ತವಾಗುವುದೇನೆಂದರೆ ಕೇವಲ ಜಾಗೃತ ಮತ್ತು ಸುಶಿಕ್ಷಿತ ಬೆಳೆಗಾರ ಮಾತ್ರ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸುತ್ತಾನೆ ಮತ್ತು ಅದರಿಂದ ಪ್ರಯೋಜನ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ ಎಂದು. ಆದ್ದರಿಂದ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಬೆಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ನಿರಂತರ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವ ಕಾರ್ಯಗಳಾಗಬೇಕಿದೆ.

25. ಯಾವಮೂಲದಿಂದ ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸುವಿರಿ?

25a. A. ರೇಡಿಯೋ B. ದಿನಪತ್ರಿಕೆ C. ಕೃಷಿಇಲಾಖೆ / ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಇಲಾಖೆ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ರೇಡಿಯೋ	3	6.4
ದಿನಪತ್ರಿಕೆ	2	4.2
ಕೃಷಿಇಲಾಖೆ	2	4.2

25b. A. ನೆರೆಹೊರೆಯವರಿಂದ B. ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ C. ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರುಗಳಿಂದ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ನೆರೆಹೊರೆಯವರಿಂದ	7	14.9
ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ	11	23.5
ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರುಗಳಿಂದ	22	46.8
ಒಟ್ಟು	**47**	**100**

ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಿದವರಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನವರು (ಶೇ.46.8) ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರ ಮೂಲಕ ಬೆಳೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅವರನ್ನ ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ ಉಳಿದವರನ್ನು (ಶೇ.53.2)ಇನ್ನೊಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ 95% CIE ನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿದರೆ ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರ ಮೂಲಕ ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸುವವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.33 ರಿಂದ ಶೇ.54ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಇದರಿಂದ ವ್ಯಕ್ತವಾಗುವುದೇನೆಂದರೆ ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರು ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವಾಗ ತಮ್ಮ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸುವುದರಿಂದ ರೈತರ ಶೋಷಣೆ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

26. ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಹೋಲಿಸಿರುವಿರಾ? A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	38	15.2
ಇಲ್ಲ	212	84.8
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಇತರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಹೋಲಿಕೆ ಮಾಡದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.84.8 ಮತ್ತು ಮಾಡುವವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.15.2. ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತುಲನೆ ಮಾಡುವವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿ CIE ನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡರೆ, ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಮಧ್ಯ ತುಲನೆ ಮಾಡದವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.80 ರಿಂದ ಶೇ.89ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಹಾಗಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಬೆಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಸರಿಯಾದ ಮಾಹಿತಿ ಇಲ್ಲ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

27. ಹೌದಾದರೆ ಯಾವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೊತೆಗೆ?

A. ಸ್ಥಳೀಯ B. ತಾಲೂಕು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ C. ಜಿಲ್ಲಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಸ್ಥಳೀಯ	18	47.4
ತಾಲೂಕು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ	16	42.1
ಜಿಲ್ಲಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ	4	10.5
ಒಟ್ಟು	**38**	**100**

ಯಾವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಜೊತೆಗೆ ಮಾಹಿತಿದಾರರ ಪೈಕಿ ರಾಜ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಜೊತೆಗೆ ಹೋಲಿಸುವವರ ಸಂಖ್ಯೆ ಇಲ್ಲವೇ ಇಲ್ಲ. ಉಳಿದಂತೆ ಶೇ.47.4 ಮಂದಿ ಸ್ಥಳೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಜೊತೆಗೂ, ಶೇ.42 ಮಂದಿ ತಾಲೂಕು ಮತ್ತು ಶೇ.4 ಮಂದಿ ಜಿಲ್ಲಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಜೊತೆಗೂ ಹೋಲಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇವರಲ್ಲಿ ಸ್ಥಳೀಯ ಮತ್ತು ತಾಲೂಕು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಹೋಲಿಸುವವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿದರೆ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.89.5 ಮತ್ತು ಉಳಿದವರು ಶೇ. 10.5 ಇಲ್ಲಿ 95% CIE ನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿದಾಗ ಸ್ಥಳೀಯ ಮತ್ತು ತಾಲೂಕು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಹೋಲಿಸುವವರ ಪ್ರಮಾಣ ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರ ಪೈಕಿ ಶೇ.80 ರಿಂದ ಶೇ.99 ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

28. ಪ್ರಸ್ತುತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದ ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಯೋಗ್ಯ ಬೆಲೆ ದೊರಕುತ್ತದೆಯೇ?

A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	67	26.8
ಇಲ್ಲ	183	73.2
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳು ಗ್ರಾಹಕರ ಕೈ ಸೇರುವಾಗ ಅಧಿಕ ಧಾರಣೆಯಿದ್ದರೂ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಯೋಗ್ಯ ಬೆಲೆ ಸಿಗದಿರಲು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಕಾರಣರಾಗುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಅನಿವಾರ್ಯರಲ್ಲ. ಹಾಗಿದ್ದರೂ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳನ್ನು ನೆಚ್ಚಿಕೊಂಡು ಯೋಗ್ಯಬೆಲೆ ದೊರಕುವುದಿಲ್ಲ ಎಂಬ ವಾದದಲ್ಲಿ ಹುರುಳಿಲ್ಲ. ಅಲ್ಲದೆ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರದ ನಿಯಮದಂತೆ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಗಳು ನಿರ್ಧರಿಸುವ ಬೆಲೆಗಳು, ನಿರ್ಧಾರಕಗಳು ಅಸ್ಥಿರವಾದಂತೆ ತಾವೂ ಅಸ್ಥಿರವಾಗುತ್ತವೆ. ಇಲ್ಲಿ ಪೂರೈಕೆಯು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿರುವುದರಿಂದ ಬೆಲೆಗಳ ಸ್ಥಿರತೆಗೆ ಮತ್ತು ಅಸ್ಥಿರತೆಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರೂ ಕಾರಣರಾಗುತ್ತಾರೆ.

ಯೋಗ್ಯ ಬೆಲೆ ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಶೇ.73 ಮಂದಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಇಲ್ಲವೆಂದೂ ಶೇ.26.8 ಮಂದಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಹೌದು ಎಂದೂ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಇಲ್ಲ ಎಂದವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರ ಪೈಕಿ ಶೇ.68 ರಿಂದ ಶೇ.79ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಅಂದರೆ ಬಹುತೇಕ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಸಿಗುವ ಪ್ರತಿಫಲದ ಬಗ್ಗೆ ಅಸಮಾಧಾನ ಇದೆ.

29. ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಬೆಲೆಗಳು ಸ್ಥಿರವಾಗಿವೆಯೇ : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	43	17.2
ಇಲ್ಲ	207	82.8
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ಕಂಡುಕೊಂಡಂತೆ ಶೇ.82.8 ಮಂದಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಲೆಗಳ ಸ್ಥಿರವಾಗಿಲ್ಲವೆಂದೂ ಶೇ. 17.2 ಮಂದಿ ಸ್ಥಿರವಾಗಿದೆ ಎಂದೂ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದ್ದಾರೆ. 95% CIE ನ ಅಂದಾಜಿನಂತೆ ತರಕಾರಿ ಬೆಲೆಗಳು ಸ್ಥಿರವಾಗಿಲ್ಲ ಎಂದು ಹೇಳುವವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರ ಪೈಕಿ ಶೇ.78ರಿಂದ ಶೇ.88ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

30. ಸರಕಾರದ ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆಯ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆಯೇ : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	231	92.4
ಇಲ್ಲ	19	7.6
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸರಕಾರದ ಮಧ್ಯ ಪ್ರವೇಶ ಮತ್ತು ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆ ಘೋಷಣೆಗೆ ಬೇಡಿಕೆ ನಿರಂತರ. ಆದರೆ ಸಂಘಟಿತ ಪ್ರಯತ್ನಗಳ ಮೂಲಕ ಅಂದರೆ

ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಿ ಆ ಮೂಲಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡರೆ ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆಯ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಿರುವುದಿಲ್ಲ.

ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಸರಕಾರದ ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆಯ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಅನುಮೋದಿಸಿದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.92.4 ಮತ್ತು ಅದರ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲ ಎಂದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.7.6. ಈ ಫಲಿತಾಂಶವನ್ನು 95% CIE ನ ಪ್ರಕಾರ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದರೆ ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರ ಪೈಕಿ ಸರಕಾರದ ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಅಪೇಕ್ಷಿಸುವವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.89 ರಿಂದ ಶೇ.96 ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಹಾಗಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ತರಕಾರಿಗಳ ಬೆಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅತೃಪ್ತರಾಗಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.

31. ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಬೆಲೆಗಳ ಏರಿಳಿತಕ್ಕೆ ಕಾರಣಗಳೇನು? (ಶ್ರೇಣೀಕರಿಸಿ)

A. ಇತರ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಂದ ಆಮದು
B. ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಿಂದಾಗಿ
C. ಪೂರೈಕೆ/ಬೇಡಿಕೆ ಏರಿಳಿತದಿಂದ
D. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದ

	I	II	III	IV
A	32	91	74	43
B	194	37	14	5
C	16	93	95	46
D	08	29	67	156

Factors	Garrets Mean Score	Rank
A	47.76	2
B	68.09	1
C	47.56	3
D	37.59	4

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬೆಲೆಗಳು ಏರಿಳಿತವಾಗುವುದು ಸಹಜ. ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರದ ನಿಯಮದಂತೆ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಗಳಲ್ಲಿನ ಏರುಪೇರು ಬೆಲೆಗಳ ಅಸ್ಥಿರತೆ ಕಾರಣ. ಆದರೆ ಅಸಂಘಟಿತ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಈ ಎರಡು ಕಾರಣಗಳ ಹೊರತಾದ ಇತರ ಅಂಶಗಳು ಮುಖ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಇಲ್ಲಿ ಸಾಧಿತವಾಗಿದೆ.

ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದವರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ಕಂಡು ಬರುವುದೇನೆಂದರೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಬೆಲೆಯ ಏರಿಳಿತಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುವ ಹಲವು ಅಂಶಗಳಿಗೆ ಹಲವು ಶ್ರೇಣಿಗಳನ್ನು ನೀಡಿದ್ದಾರೆ. ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಗ್ಯಾರೇಟ್ ಮೀನ್ ಸ್ಕೋರ್‌ನ ಮೂಲಕ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ, ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಿಂದಾಗಿ ಬೆಲೆಗಳು ಏರಿಳಿತಗೊಳ್ಳುತ್ತವೆ ಎಂಬುದಕ್ಕೆ ಪ್ರಥಮ ಪ್ರಾಶಸ್ತ್ಯವೂ, ಇತರ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಿಂದ ಆಮದಾಗುವ ತರಕಾರಿಗಳಿಂದಾಗಿ ಎಂಬುದಕ್ಕೆ ದ್ವಿತೀಯ ಪ್ರಾಶಸ್ತ್ಯವೂ,

ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಗಳಿಂದ ಎನ್ನುವುದಕ್ಕೆ ತೃತೀಯ ಪ್ರಾಶಸ್ತ್ಯ ಮತ್ತು ನಾಲ್ಕನೆಯ ಪ್ರಾಶಸ್ತ್ಯವನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ನೀಡಿದ್ದಾರೆ.

32. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ತರಕಾರಿ ಸಾಗಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳೇನು?

A. ಸ್ವಂತ ವಾಹನ B. ಬಾಡಿಗೆ ವಾಹನ

C. ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆ D. ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಾರಿಗೆ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಸ್ವಂತ ವಾಹನ	4	1.6
ಬಾಡಿಗೆ ವಾಹನ	10	4
ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆ	233	93.2
ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಾರಿಗೆ	3	1.2
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಪೂರ್ವಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬಂದಂತೆ ಸಾರಿಗೆ ವೆಚ್ಚವು ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚದ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಅಡಕ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ರಸ್ತೆ ಮತ್ತು ಸಾರಿಗೆ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಕೊರತೆ ಇರುವಲ್ಲಿ ಸಾರಿಗೆ ವೆಚ್ಚವು ಗಣನೀಯ ವೆಚ್ಚವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಆದರೆ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬೆಳೆಗಾರರು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಿಗೆ ವಿಕ್ರಯಿಸುವ ಕಾರಣ ಸಾಗಾಟವೆಚ್ಚವು ನಗಣ್ಯವಾಗಿದೆ.

ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಾಗಿಸುವ ಸಾಗಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಕುರಿತು ಶೇ.93 ಜನರು ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರು ಸಾಗಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಮಾಡುವುದಾಗಿ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. (ಉಳಿದವರು ಶೇ.7) ಅವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಿದರೆ 95% CIE ನ್ನು ಳವಡಿಸಿದರೆ ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರ ಪೈಕಿ ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರು ಸಾಗಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಎನ್ನುವವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.90 ರಿಂದ ಶೇ.96ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ.

33. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಯಾರು ಭರಿಸುತ್ತಾರೆ.

A. ನಾವೇ B. ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ C. ವ್ಯಾಪಾರಿ D. ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್

	ಸಂ.	ಶೇ.
ನಾವೇ	17	6.8
ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ	15	6
ವ್ಯಾಪಾರಿ	31	12.4
ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್	187	74.8
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ತರಕಾರಿಗಳ ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಬಹುಪಾಲು ಶೇ.74 ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರು ಭರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿದರೆ ಉಳಿದವರ ಒಟ್ಟು ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.25.2. ಈಗ 95% CIE ನ್ನು ಪ್ರಯೋಗಿಸಿದರೆ ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರ ಪೈಕಿ ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಭರಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಹೇಳುವವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.69 ರಿಂದ ಶೇ.80ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರು ಸಾಗಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ತಾವೇ ಭರಿಸಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮತ್ತು ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರರ ನಡುವೆ ಸಂಪರ್ಕವಿಲ್ಲದಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೆಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಸರಿಯಾದ ಮಾಹಿತಿ ರವಾನೆಯಾಗದಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

34. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುವ ಮುನ್ನ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಸಂಸ್ಕರಿಸುವಿರಾ ?

A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	28	11.2
ಇಲ್ಲ	222	88.8
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ವಾಣಿಜ್ಯ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ನಡೆಯುವ ಕೃಷಿಕಾರ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮತ್ತು ವರ್ಗೀಕರಣ ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆ ಪ್ರಾಪ್ತಿಗೆ ಅವಶ್ಯಕ. ಹಾಗೆಯೇ ಮಾರಾಟ ಪೂರ್ವದಲ್ಲಿ ತೂಕ ಮಾಡುವುದು ಬೆಳೆಗಾರರ ಶೋಷಣೆಯನ್ನು ತಡೆಯುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಜಿಲ್ಲೆಯ ರೈತರು ಈ ಕುರಿತು ನಿರಾಸಕ್ತಿ ತೋರಿ ಅವಕಾಶ ವಂಚಿತರಾಗಿರುವುದು ದುರದೃಷ್ಟಕರ.

ಮಾಹಿತಿದಾರರ ಪೈಕಿ ಶೇ.88 ರಷ್ಟು ರೈತರು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುವ ಮೊದಲು ಸಂಸ್ಕರಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಸಂಸ್ಕರಿಸುತ್ತೇವೆ ಎಂದು ಶೇ.11 ರಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಇವರಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಕರಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಹೇಳಿದ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ 95% CIE ನ್ನು ಅಂದಾಜಿಸಿದರೆ ತರಕಾರಿ ಸಂಸ್ಕರಿಸದ ಬೆಳೆಗಾರರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ.85 ರಿಂದ ಶೇ.93ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು.

35. ಸಂಸ್ಕರಿತ ತರಕಾರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆ ದೊರಕುತ್ತಿದೆಯೇ ? A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	21	8.4
ಇಲ್ಲ	229	91.6
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಸಂಸ್ಕರಿತ ತರಕಾರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆ ಬರುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಬಹುತೇಕ (ಶೇ.91.6) ಬೆಳೆಗಾರರು ಹೇಳಿದರೆ, ಬೆಲೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಶೇ.8.4 ಮಂದಿ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆ ಬರುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿ 95% CIE ನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿದರೆ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರ ಪೈಕಿ ಶೇ.88 ರಿಂದ ಶೇ.95 ರ ಅಂತರದಲ್ಲಿ ಬರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ತರಕಾರಿ ಸಂಸ್ಕರಣೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಸರಿಯಾದ ಮಹಿತಿಯೂ ಅದರಿಂದಾಗುವ ಪ್ರಯೋಜನಗಳ ಕುರಿತು ಅರಿವೂ ಇಲ್ಲ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

36. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುವ ಮುನ್ನ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ವರ್ಗೀಕರಿಸುವಿರಾ?

A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	37	14.8
ಇಲ್ಲ	213	85.2
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ನೀಡುವ ಮೊದಲು ವರ್ಗೀಕರಿಸುವುದಾಗಿ ಶೇ.14.8 ಜನರು ಹೇಳಿದರೆ ಇಲ್ಲವೆಂದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.85. ವರ್ಗೀಕರಣ ಮಾಡುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದವರನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ 95% CIE ನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದರೆ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ.80 ರಿಂದ ಶೇ.91 ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

37. ವರ್ಗೀಕರಣಗೊಂಡ ತರಕಾರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆ ದೊರಕುತ್ತಿದೆಯೇ ?

A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	31	12.4
ಇಲ್ಲ	219	87.6
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ವರ್ಗೀಕೃತ ತರಕಾರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆ ದೊರಕುವುದಾಗಿ ಶೇ.12.4 ಜನರು ಹೇಳಿದರೆ ಇಲ್ಲವೆಂದು ಶೇ.87.6 ಜನರು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ವರ್ಗೀಕೃತ ತರಕಾರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆ ದೊರಕುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದವರನ್ನು 95% CIE ನ ಮೂಲಕ ಪರಿಗಣಿಸಿ ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.84 ರಿಂದ ಶೇ.92ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ತರಕಾರಿಗಳ ವರ್ಗೀಕರಣ ಮತ್ತು ಅದರ ಪ್ರಯೋಜನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸರಿಯಾದ ಮಾಹಿತಿ ಇರುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.

38. ತರಕಾರಿ ಸಂಸ್ಕರಿಸಲು ತರಬೇತಿ ಪಡೆದಿರುವಿರಾ? A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	3	10.7
ಇಲ್ಲ	25	89.3
ಒಟ್ಟು	**28**	**100**

ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಸಂಸ್ಕರಿಸಲು ತರಬೇತಿ ಹೊಂದಿದವರ ಪ್ರಮಾಣ ತೀರಾ ಅತ್ಯಲ್ಪ. ತರಬೇತಿ ಇಲ್ಲದವರೇ ಬಹುತೇಕರು. ತರಬೇತಿ ಹೊಂದಿದವರ ಪ್ರಮಾಣ ತೀರಾ ಸಾಂದರ್ಭಿಕ ಮತ್ತು ನಗಣ್ಯ.

39. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುವ ಮುನ್ನ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ತೂಕ ಮಾಡುವಿರಾ?

A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	29	11.6
ಇಲ್ಲ	221	88.4
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಕೊಂಡೊಯ್ಯುವ ಮೊದಲು ತೂಕ ಮಾಡುವವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೆ.11.6, ಮತ್ತು ತೂಕ ಮಾಡದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.88.4, ಇವರನ್ನು ಗುಂಪಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿ 95% CIE ನ್ನು ವಿವೇಚಿಸಿದಾಗ ತೂಕ ಮಾಡದವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಪೈಕಿ ಶೇ.84 ರಿಂದ ಶೇ.92ರ ನಡುವೆ ಇದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಜಿಲ್ಲೆಯ ರೈತರು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುವ ಮೊದಲು ತೂಕ ಮಾಡದೆ ಲೆಕ್ಕ ಮಾಡಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಕ್ರಮವಿರಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಇದು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಶೋಷಣೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ.

40. ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಪ್ರತಿಸಲ ಒಬ್ಬನಿಗೆ ಮಾರಾಟಮಾಡುವಿರಾ? A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	204	81.6
ಇಲ್ಲ	46	18.4
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ರೈತರು ಸೂಕ್ತ ರೀತಿಯ ಮಾರಾಟ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು ಅಗತ್ಯ. ಯಾರಿಗೆ, ಯಾವಾಗ ಮತ್ತು ಯಾವ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕೆನ್ನುವ ನಿರ್ಧಾರದ ಮೇಲೆ ಲಾಭ ನಷ್ಟ ಅವಲಂಭಿಸಿದೆ. ಕ್ಷುಲ್ಲಕ ಕಾರಣಗಳಿಗಾಗಿ ಸೂಕ್ತ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ವಿಫಲರಾದಲ್ಲಿ ರೈತರ ಬೇಜವಾಬ್ದಾರಿಗೆ ಅವರೇ ಕಾರಣರಾಗುತ್ತಾರೆ.

ಬಹುತೇಕ ರೈತರು (ಶೇ.81.6) ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಒಬ್ಬರಿಗೇ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇಲ್ಲ ಎಂದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.18.4. ಒಬ್ಬರಿಗೇ ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿ 95% CIE ನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿದರೆ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ರೈತರ ಶೇ.77 ರಿಂದ ಶೇ.86ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ.

41. ಹೌದಾದರೆ ಯಾರಿಗೆ ?

A. ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ B. ಸ್ಥಳೀಯ ವ್ಯಾಪಾರಿ C. ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ
D. ಎ.ಪಿ.ಎಂ.ಸಿ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್	161	79
ಸ್ಥಳೀಯ ವ್ಯಾಪಾರಿ	14	6.8
ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ	22	10.8
ಎ.ಪಿ.ಎಂ.ಸಿ	7	3.4
ಒಟ್ಟು	**204**	**100**

ಶೇ.79 ರಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು ಪ್ರತಿಸಲ ಒಬ್ಬರಿಗೇ ಅಂದರೆ ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಉಳಿದವರನ್ನೆಲ್ಲ ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು 95% CIE ನ ಮೂಲಕ ಪರಿಗಣಿಸಿದಾಗ ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.73 ರಿಂದ ಶೇ.85ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ.

42. ಯಾವಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ಒಬ್ಬರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವಿರಿ?

A. ತೂಕದಲ್ಲಿ ನಿಖರತೆ B. ಒಳ್ಳೆಯ ಬೆಲೆ C. ತಕ್ಷಣ ಪಾವತಿ
D. ಮುಂಗಡ ಪಾವತಿ E. ಪರಿಚಯ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ತೂಕದಲ್ಲಿ ನಿಖರತೆ	13	6.4
ಒಳ್ಳೆಯ ಬೆಲೆ	19	9.3
ತಕ್ಷಣ ಪಾವತಿ	52	25.5
ಮುಂಗಡ ಪಾವತಿ	107	52.4
ಪರಿಚಯ	13	6.4
ಒಟ್ಟು	**204**	**100**

ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಳೆಗಾರರು (ಶೇ.52.4) ಮುಂಗಡ ಪಾವತಿಯ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರತಿಸಲ ಒಬ್ಬರಿಗೇ ತರಕಾರಿಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಉಳಿದ ಕಾರಣಗಳಿಗಾಗಿ ಒಬ್ಬರಿಗೇ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.47.6 ಹೀಗೆ ವಿಂಗಡಿಸಿ CIE ನ ಮೂಲಕ

ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವಾಗ ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಮುಂಗಡ ಪಾವತಿಗಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಏಜೆಂಟರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.46 ರಿಂದ ಶೇ.59 ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಹಾಗೆಯೇ ತಕ್ಷಣ ಪಾವತಿಯ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ಒಬ್ಬರಿಗೇ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವವರನ್ನು ಒಂದು ಪಂಗಡವಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿದರೆ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.20 ರಿಂದ ಶೇ.32 ರವರೆಗೆ ಇದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಇನ್ನು ಮುಂಗಡ ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ತಕ್ಷಣದ ಪಾವತಿಗಾಗಿ ಒಬ್ಬರಿಗೇ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಕೃಷಿಕರನ್ನು ಒಂದಾಗಿ ತೆಗೆದುಕೊಂಡರೆ, ಆ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ಒಬ್ಬರಿಗೇ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.72 ರಿಂದ ಶೇ.84 ಎನ್ನಬಹುದು.

43. ಬೆಲೆಯ ಹೊರತಾಗಿ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಂದ ಇತರ ಯಾವ ಸಹಾಯ ನಿಮಗೆ ಲಭಿಸುತ್ತದೆ.?
A. ಹಣಕಾಸು B. ಬೀಜ ಪೂರೈಕೆ C. ಗೊಬ್ಬರ
D. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿ E. ಯಾವುದೂ ಇಲ್ಲ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹಣಕಾಸು	31	12.4
ಬೀಜ ಪೂರೈಕೆ	-	-
ಗೊಬ್ಬರ	-	-
ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿ	27	10.8
ಯಾವುದೂ ಇಲ್ಲ	192	76.8
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ (ಶೇ.76.8) ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಂದ ಯಾವುದೇ ಸಹಾಯ ದೊರಕುತ್ತಿಲ್ಲ. ಇತರರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.23.2. ಹೀಗೆ ಯಾವುದೇ ಸಹಾಯ ದೊರಕುತ್ತಿಲ್ಲ ಎಂದವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಸಹಾಯ ದೊರಕದಿರುವವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.72 ರಿಂದ ಶೇ.82ರ ನಡುವೆ ಇದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

44. ಪ್ರಸ್ತುತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಇತರ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜತೆ ಹೋಲಿಸಿದ್ದಿರಾ? (ಉದಾ: ಮಲ್ಲಿಗೆ, ಹಾಲು ಇತರ) A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	86	34.4
ಇಲ್ಲ	164	65.6
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ವಿವಿಧ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಮ್ಯತೆ ಇರುವುದು ಸಹಜ. ಇತರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಯೋಗ್ಯ ಬೆಲೆ ದೊರಕುವುದಾದರೆ ಅದೇ ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಆದರೆ ಇಂತಹ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ಇಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುವುದಿಲ್ಲ.

ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಇತರ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಹೋಲಿಸದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.65.6 ಮತ್ತು ಹೋಲಿಸಿದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.34.4. ಹೋಲಿಸದವರನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ 95% CIE ನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಾಗ ಅಂತಹವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ.60 ರಿಂದ ಶೇ.71 ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು.

45. ಹೌದಾದರೆ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ತೃಪ್ತಿ ತಂದಿದೆಯೇ? A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	12	14
ಇಲ್ಲ	74	86
ಒಟ್ಟು	**86**	**100**

ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಇತರ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಜೊತೆಗೆ ಹೋಲಿಸಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಬಗ್ಗೆ ತೃಪ್ತಿ ಪಟ್ಟವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.14 ಮತ್ತು ಅಸಮಾಧಾನ ಪಟ್ಟವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.86. ಆದ್ದರಿಂದ ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರ ಪೈಕಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಬಗ್ಗೆ ಅಸಮಧಾನ ಪಡುವವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.79 ರಿಂದ ಶೇ.93ರ ಮಧ್ಯೆ ಇದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

46. ಯಾವ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ತೃಪ್ತಿ ತಂದಿದೆ? A. ತೂಕದಲ್ಲಿ ನಿಖರತೆ B. ಒಳ್ಳೆಯ ಬೆಲೆ C. ತಕ್ಷಣ/ ಮುಂಗಡ ಪಾವತಿ D. ಸಮೀಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ತೂಕದಲ್ಲಿ ನಿಖರತೆ	3	25
ಒಳ್ಳೆಯ ಬೆಲೆ	5	42
ತಕ್ಷಣ/ ಮುಂಗಡ ಪಾವತಿ	3	25
ಸಮೀಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ	1	8
ಒಟ್ಟು	**12**	**100**

ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಬಗ್ಗೆ ತೃಪ್ತಿಪಟ್ಟವರ ಸಂಖ್ಯೆ ತೀರಾ ನಗಣ್ಯವಾದುದರಿಂದ ಅದನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕಾಗಿಲ್ಲ.

47. ಯಾವ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಸಮರ್ಪಕವಾಗಿದೆ.

A. ಅಸಮರ್ಪಕ ಬೆಲೆ B. ತೂಕದಲ್ಲಿ ವ್ಯತ್ಯಾಸ C. ಅಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ವ್ಯವಹಾರ
D. ನಿಧಾನ ಪಾವತಿ E. ಅಧಿಕ ಸಾರಿಗೆ ವೆಚ್ಚ F. ಅಧಿಕ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚ
G. ಸಂಗ್ರಹಣಾ ಸೌಕರ್ಯದ ಅಲಭ್ಯತೆ. H. ಮಾಹಿತಿ ಕೊರತೆ I. ಕೂಲಿಗಳ ಕೊರತೆ
J. ಶೀತಲೀಕೃತ ಶೇಖರಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಕೊರತೆ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಅಸಮರ್ಪಕ ಬೆಲೆ	126	5.4
ತೂಕದಲ್ಲಿ ವ್ಯತ್ಯಾಸ	92	36.8
ಅಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ವ್ಯವಹಾರ	107	42.8
ನಿಧಾನ ಪಾವತಿ	37	14.8
ಅಧಿಕ ಸಾರಿಗೆ ವೆಚ್ಚ	32	20.8
ಅಧಿಕ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚ	16	6.4
ಸಂಗ್ರಹಣಾ ಸೌಕರ್ಯದ ಅಲಭ್ಯತೆ.	29	11.6
ಮಾಹಿತಿ ಕೊರತೆ	32	12.8
ಕೂಲಿಗಳ ಕೊರತೆ	87	34.8
ಶೀತಲೀಕೃತ ಶೇಖರಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಕೊರತೆ	19	7.6

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಸಮರ್ಪಕತೆಗೆ ಹಲವು ಕಾರಣಗಳಿದ್ದು ಅವುಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಪರ್ಯಾಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಇದೇ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಶಂಕರಪುರ ಮಲ್ಲಿಗೆಗಿರುವ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಘಟಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಶ್ರೀ ಧರ್ಮಸ್ಥಳ ಗ್ರಾಮಾಭಿವೃದ್ಧಿಯೋಜನೆಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಅಥವಾ ಕ್ಷೀರೋದ್ಯಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಮಾದರಿಯಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಂಘಟಿತರಾಗಿ ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದರೆ ಉತ್ತಮ ಪ್ರತಿಫಲ ದೊರಕಬಹುದು.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಸಮರ್ಪಕತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಹಲವು ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನಿಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದಾಗ ಬಹಳಷ್ಟು ಮಂದಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಒಂದಕ್ಕಿಂತ ಜಾಸ್ತಿ ಕಾರಣಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಸಮರ್ಪಕತೆಗೆ ಕಂಡುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಎಲ್ಲ ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಗುಂಪುಗಳಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿ 95% CIE ನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಾಗ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಕಾರಣಗಳಿಂದಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಸಮರ್ಪಕವಾಗಿದೆ ಎನ್ನುವವರ ಪ್ರಮಾಣ ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಯಾವ ಅಂತರಗಳಲ್ಲಿ ಬರಬಹುದೆಂದರೆ –

1. ಅಸಮರ್ಪಕ ಬೆಲೆ ಶೇ.44 ರಿಂದ ಶೇ.57ರ ಅಂತರ
2. ಅಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ವ್ಯವಹಾರ ಶೇ.36 ರಿಂದ ಶೇ.45ರ ಅಂತರ
3. ತೂಕದಲ್ಲಿ ವ್ಯತ್ಯಾಸ ಶೇ.31 ರಿಂದ ಶೇ.39 ರ ನಡುವೆ
4. ಕೂಲಿಗಳ ಕೊರತೆ ಶೇ.29 ರಿಂದ ಶೇ.38ರ ನಡುವೆ
5. ಅಧಿಕ ಸಾರಿಗೆವೆಚ್ಚ ಶೇ.16 ರಿಂದ ಶೇ.25ರ ನಡುವೆ. ಬರಬಹುದೆಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು.

48. ಯಾವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸದೃಢಗೊಳಿಸಬಹುದು?

A. ಸೂಕ್ತ ಬೆಲೆ B. ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆ C. ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ವ್ಯವಹಾರ

D. ಶೀತಲೀಕೃತ ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರ E. ಉತ್ಪನ್ನದ ಸಂಸ್ಕರಣೆ F. ಸರಿಯಾದ ತೂಕ

G. ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ H. ಮಾಹಿತಿ I. ಸಮೀಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಸೂಕ್ತ ಬೆಲೆ	182	72.8
ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆ	164	65.6
ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ವ್ಯವಹಾರ	119	47.6
ಶೀತಲೀಕೃತ ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರ	16	6.4
ಉತ್ಪನ್ನದ ಸಂಸ್ಕರಣೆ	34	13.6
ಸರಿಯಾದ ತೂಕ	106	42.4
ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ	72	28.8
ಮಾಹಿತಿ	41	16.4
ಸಮೀಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ	63	25.2

ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸದೃಢಗೊಳಿಸುವ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಹಲವು ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ಅನುಮೋದಿಸುತ್ತಾರೆ. ಈ ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿ ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಆರಿಸುವವರ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಹೀಗೆ ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು.

1. ಸೂಕ್ತ ಬೆಲೆಯ ಮೂಲಕ ಎನ್ನುವವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.67 ರಿಂದ ಶೇ.78 ರ ನಡುವೆ
2. ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆ – ಶೇ.60 ರಿಂದ ಶೇ.72 ರ ನಡುವೆ.
3. ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ವ್ಯವಹಾರ – ಶೇ.42 ರಿಂದ ಶೇ.51ರ ಮಧ್ಯೆ
4. ಸರಿಯಾದ ತೂಕ – ಶೇ.37 ರಿಂದ ಶೇ.46ರ ಮಧ್ಯೆ ಬರಬಹುದೆಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು.

49. ಪರ್ಯಾಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಯಾವ ಸ್ವರೂಪದ್ದಾದರೆ ಒಳ್ಳೆಯದು.

A. ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ B. ಸ್ವಸಹಾಯ ಸಂಘಟನೆ C. ಬೆಳೆಗಾರರ ಒಕ್ಕೂಟ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ	124	49.6
ಸ್ವಸಹಾಯ ಸಂಘಟನೆ	97	38.8
ಬೆಳೆಗಾರರ ಒಕ್ಕೂಟ	29	11.6
ಒಟ್ಟು	**250**	**100**

ಪ್ರಸ್ತುತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಪರ್ಯಾಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ದೊರಕಿದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವಾಗ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘವನ್ನು ಆಯ್ಕೆ

ಮಾಡಿ ಕೊಳ್ಳುವವರ ಪ್ರಮಾಣ ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ.43 ರಿಂದ ಶೇ.56ರ ಮಧ್ಯೆ ಬರಬಹುದು. ಹಾಗೆಯೇ ಸ್ವಸಹಾಯ ಸಂಘಟನೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಒಲವು ತೋರುವ ಬೆಳೆಗಾರರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.33 ರಿಂದ ಶೇ.45ರ ನಡುವೆ ಬರಬಹುದೆಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು.

50. ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೇನು?

A. ಭೂಮಿಯ ಕೊರತೆ B. ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿ C. ಕ್ರಿಮಿ/ಕೀಟನಾಶಕಗಳ ಧಾರಣೆ
D. ಯೋಗ್ಯ ಬೀಜದ ಕೊರತೆ E. ಬೀಜ ಸಂಸ್ಕರಣೆಯ ಕೊರತೆ F. ಕೂಲಿಗಳ ಕೊರತೆ
G. ಅಧಿಕ ಗುತ್ತಿಗೆ ದರ H. ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳ ಬೆಲೆ I. ಬೆಳೆ ರೋಗಗಳು J.ಕೀಟಗಳು
K. ನೀರಿನ ಕೊರತೆ L. ಹಣಕಾಸಿನ ಕೊರತೆ M. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಲಭ್ಯತೆ N. ಬೆಲೆಯ ಅಸ್ಥಿರತೆ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಭೂಮಿಯ ಕೊರತೆ	34	13.6
ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿ	176	70.4
ಕ್ರಿಮಿ/ಕೀಟನಾಶಕಗಳ ಧಾರಣೆ	121	48.4
ಯೋಗ್ಯ ಬೀಜದ ಕೊರತೆ	19	7.6
ಬೀಜ ಸಂಸ್ಕರಣೆಯ ಕೊರತೆ	17	6.8
ಕೂಲಿಗಳ ಕೊರತೆ	198	79.2
ಅಧಿಕ ಗುತ್ತಿಗೆ ದರ	73	29.2
ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳ ಬೆಲೆ	89	35.6
ಬೆಳೆ ರೋಗಗಳು	125	50
ಕೀಟಗಳು	103	41.2
ನೀರಿನ ಕೊರತೆ	214	85.6
ಹಣಕಾಸಿನ ಕೊರತೆ	195	78
ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಲಭ್ಯತೆ	37	14.8
ಬೆಲೆಯ ಅಸ್ಥಿರತೆ	204	81.6

ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಬಹು ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ನೀಡಿ ದೊರಕಿದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವಾಗ ಹಲವು ಮಂದಿ ಹಲವು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಹೀಗೆ ನೀಡಿದ ಪ್ರತಿ ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿ, ಆ ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಆಯ್ದು ಕೊಳ್ಳುವವರ ಪ್ರಮಾಣವು –

1. ನೀರಿನ ಕೊರತೆ – ಶೇ.81 ರಿಂದ ಶೇ.90ರ ಅಂತರದಲ್ಲಿ
2. ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಸ್ಥಿರತೆ – ಶೇ.77 ರಿಂದ ಶೇ.85ರ ಅಂತರದಲ್ಲಿ
3, ಕೂಲಿಗಳ ಕೊರತೆ – ಶೇ.74 ರಿಂದ ಶೇ.84ರ ಅಂತರದಲ್ಲಿ
4. ಹಣಕಾಸಿನ ಕೊರತೆ – ಶೇ.72 ರಿಂದ ಶೇ.81 ರ ಅಂತರದಲ್ಲಿ

5. ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿ – ಶೇ.66 ರಿಂದ ಶೇ.75ರ ಅಂತರದಲ್ಲಿ

6. ಕ್ರಿಮಿನಾಶಕ/ಕೀಟನಾಶಕಗಳ ಧಾರಣೆ–ಶೇ.43 ರಿಂದ ಶೇ.52ರ ಅಂತರದಲ್ಲಿ ಬರಬಹುದು ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು.

ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರದ ಉಪಕರಣಗಳ ಸಹಾಯದಿಂದ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ಈ ಮೇಲಿನ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ತಡೆಯಬಹುದು.

5.2.2 ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ :

ಉಡುಪಿ, ಕುಂದಾಪುರ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲೂಕುಗಳ ಆಯ್ದ ಹತ್ತು ಮಂದಿ ರಖಂ ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಮತ್ತು 110 ಮಂದಿ ಚಿಲ್ಲರೆ ತರಕಾರಿ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳನ್ನು ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಸಂದರ್ಶಿಸಲಾಗಿ ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ. ದೊರಕಿದಂತಹ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಿ ಹೀಗೆ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಬಹುದು.

ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ರಾಯ, ಅನುಭವ ಮತ್ತು ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಸಾಂದರ್ಭಿಕವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಅವರು ನೀಡುವ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಯ ಗಂಭೀರತೆಯ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ.

1. ಹೆಸರು: 2) ವಿಳಾಸ:

3. ಪ್ರಾಯ : A. 25 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. 25–40 ವರ್ಷ C. 40–60 ವರ್ಷ D. 60 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು

	ಸಂ.	ಶೇ.
25 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ	11	9.2
25–40 ವರ್ಷ	32	27
40–60 ವರ್ಷ	61	50.6
60 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು	16	13
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಸಂದರ್ಶಿಸಿದ 120 ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ 11 ಮಂದಿ 25 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆಯವರು, 32 ಮಂದಿ 25ರಿಂದ 40 ವರ್ಷದವರು, 61 ಮಂದಿ 40ರಿಂದ 60ವರ್ಷದವರು ಮತ್ತು ಉಳಿದ 16 ಮಂದಿ 60 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಮೇಲ್ಪಟ್ಟವರು. ಬಹು ಸಂಖ್ಯೆಯ ಮಾರಾಟಗಾರರು 40ರಿಂದ 60 ವರ್ಷದವರಾದ ಕಾರಣ ಮಧ್ಯಕ ಚಲಕವನ್ನು ಕಂಡುಹುಡುಕಿದಾಗ ಸರಾಸರಿ ಪ್ರಾಯ 45.57ವರ್ಷ ಎಂದು ತಿಳಿಯಬಹುದು. ಹಾಗಾಗಿ 40ರಿಂದ 60 ವರ್ಷ ಪ್ರಾಯದವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿದರೆ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 49.4 ಮತ್ತು ಉಳಿದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 50.6. ಈ ಫಲಿತಾಂಶವನ್ನು 95% Confidence

Interval Estimate (CIE) ನ ಮೂಲಕ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವಾಗ 40ರಿಂದ 60ವರ್ಷ ಪ್ರಾಯದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 42ರಿಂದ ಶೇ. 59ರ ನಡುವೆ ಬರಬಹುದು ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು. ಇದರಿಂದ ವ್ಯಕ್ತವಾಗುವುದೆಂದರೆ ಯುವ ಪೀಳಿಗೆಯು ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಒಲವು ತೋರಿಸುತ್ತಿಲ್ಲ ಎನ್ನಬಹುದು.

4. ಅನುಭವ : A. 0–5 ವರ್ಷ B. 5–10 ವರ್ಷ C. 10 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು

	ಸಂ.	ಶೇ.
0–5 ವರ್ಷ	9	7.5
5–10 ವರ್ಷ	39	32.5
10 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು	72	60
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಹತ್ತು ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಮೇಲ್ಪಟ್ಟು ಅನುಭವವಿರುವ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 60ರಷ್ಟಿದೆ. ಅದಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಅನುಭವವಿರುವ ಕೃಷಿಕರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 40. ಹತ್ತು ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಮೇಲ್ಪಟ್ಟು ಅನುಭವವಿರುವವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿದರೆ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣ ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ CIE ನ ಪ್ರಕಾರ ಶೇ. 51 ರಿಂದ ಶೇ, 69ರ ನಡುವೆ ಬರಬಹುದು ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು.

5. ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಹಿನ್ನಲೆ : A. ಪ್ರಾಥಮಿಕ B. ಮೆಟ್ರಿಕ್ C. ಪದವಿ D. ಅನಕ್ಷರಸ್ಥ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಪ್ರಾಥಮಿಕ	14	11.7
ಮೆಟ್ರಿಕ್	49	40.8
ಪದವಿ	57	47.5
ಅನಕ್ಷರಸ್ಥ	0	0
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಪದವಿ ಮಟ್ಟದ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸವಿರುವ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 47.5 ಇವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿದರೆ ಉಳಿದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.52.5. ಪದವಿ ಮಟ್ಟದ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ಪ್ರಮಾಣ ಒಟ್ಟು ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ಪೈಕಿ CIE ನ ಪ್ರಕಾರ ಶೇ. 39 ರಿಂದ ಶೇ. 56ರ ಮಧ್ಯೆ ಬರಬಹುದು ಎನ್ನಬಹುದು.

ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಹಾಗೂ ಮೇಲ್ಪಟ್ಟ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸ ಹೊಂದಿರುವ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 82.5. ಇವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿದರೆ ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಇವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ. 76 ರಿಂದ ಶೇ. 89ರ ನಡುವೆ ಬರಬಹುದು.

ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳು (ಶ್ರೇಣೀಕರಿಸಿ)

ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಹಲವು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟಮಾಡುತ್ತಾರಾದರೂ ಅಧ್ಯಯನದ ಸೌಲಭ್ಯಕ್ಕೋಸ್ಕರ ಐದು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಆಯ್ದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಮುಂದಿನ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಅವುಗಳ ಧಾರಣೆ, ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಆಗತಕ್ಕ ಪಾವತಿ, ಬೆಲೆಗಳ ಆವರ್ತ ಮುಂತಾದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗಾಗಿ ಇದೇ ಐದು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಮಾದರಿಯಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ.

6. ಬದನೆ
7. ಬೆಂಡೆ
8. ಬೂದುಕುಂಬಳ
9. ಸೌತೆ
10. ಸಿಹಿಗೆಣಸು

	I	II	III	IV	V
A	51	11	15	34	9
B	12	45	26	13	24
C	25	22	32	21	20
D	15	12	32	31	30
E	17	30	15	21	37

Factors	Garrets Mean Score	Rank
A	58.20	1
B	55.31	2
C	51.46	4
D	54.08	3
E	49.67	5

ತರಕಾರಿ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಕುರಿತು ಗ್ಯಾರೆಟ್ ಮಿನ್ ಸ್ಕೋರ್‌ನ ಮೂಲಕ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ಬದನೆಗೆ ಪ್ರಥಮ ಪ್ರಾಶಸ್ತ್ಯವು, ಬೆಂಡೆಕಾಯಿಗೆ ದ್ವಿತೀಯ ಪ್ರಾಶಸ್ತ್ಯವು, ಸೌತೆ ಕಾಯಿಗೆ ಮೂರನೆಯ, ಬೂದುಕುಂಬಳಕ್ಕೆ ನಾಲ್ಕನೆಯ ಮತ್ತು ಸಿಹಿಗೆಣಸಿಗೆ 5ನೆಯ ಪ್ರಾಶಸ್ತ್ಯವನ್ನು ಕೊಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

11. ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಯಾರಿಂದ ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವಿರಿ

A. ಬೆಳೆಗಾರರು B. ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ

C. ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ D. ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಬೆಳೆಗಾರರು	25	20.8
ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ	23	19.2
ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್	59	49.2
ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ	13	10.8
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಹಿಡಿತ ಬಲವಾಗಿದ್ದರೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಶೋಷಣೆಯೂ ಅಧಿಕ. ಮಾರಾಟಗಾರರು ನೇರವಾಗಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಂದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಕೊಂಡುಕೊಂಡರೆ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಅವಶ್ಯಕತೆಯೂ ರೈತರ ಶೋಷಣೆಯೂ ಇರುವುದಿಲ್ಲ.

ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾರಾಟಗಾರರು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರಿಂದ ಕೊಂಡು ಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಇವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ. 49 ಮತ್ತು ಉಳಿದವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ. 51. ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರಿಂದ ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿದರೆ CIE ನ ಪ್ರಕಾರ ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಇವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ. 40 ರಿಂದ ಶೇ. 58ರ ನಡುವೆ ಬರಬಬಹುದು ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು.

12. ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಪಾವತಿಯ ಹೊರತಾಗಿ ಇತರ ಯಾವ ನೆರವು ನೀಡುವಿರಿ?
A. ಹಣಕಾಸು ನೆರವು B. ಬೀಜಪೂರೈಕೆ C ಗೊಬ್ಬರ
D. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿ E. ಯಾವುದೂ ಇಲ್ಲ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹಣಕಾಸು ನೆರವು	18	15
ಬೀಜಪೂರೈಕೆ	0	0
ಗೊಬ್ಬರ	0	0
ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿ	16	13.3
ಯಾವುದೂ ಇಲ್ಲ	86	71.7
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೂ ರೈತರಿಗೂ ನೇರ ಸಂಬಂಧವಿರದ ಕಾರಣ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಯಾವುದೇ ನೆರವನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುವಂತಿಲ್ಲ.

ಬಹುಪಾಲು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಬೆಲೆಯ ಹೊರತಾಗಿ ಇತರ ಯಾವ ನೆರವನ್ನೂ ನೀಡುವುದಿಲ್ಲ. ಇತರ ನೆರವು ನೀಡದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 71 ಮತ್ತು ನೀಡುವವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 29. ಇವರಲ್ಲಿ ನೆರವು ನೀಡದವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ CIE ನ ಪ್ರಕಾರ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವಾಗ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣ ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 64ರಿಂದ ಶೇ.80ರ ನಡುವೆ ಬರಬಹುದು.

13. ರೈತರಿಗೆ ತಕ್ಷಣ ಪಾವತಿ ಮಾಡುವಿರಾ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	24	20
ಇಲ್ಲ	96	80
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ತಕ್ಷಣ ಪಾವತಿ ಮಾಡುವವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 20 ಮತ್ತು ಮಾಡದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೆ. 80. ಇವರಲ್ಲಿ ತಕ್ಷಣ ಪಾವತಿ ಮಾಡದವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ CIE ನ ಪ್ರಕಾರ ವಿವೇಚಿಸಿದರೆ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 73ರಿಂದ ಶೇ. 87ರ ನಡುವೆ ಇರಬಹುದು ಎನ್ನಬಹುದು.

14. ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ವರ್ಗೀಕರಿಸುವಿರಾ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	93	77.5
ಇಲ್ಲ	27	22.5
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಮಾರಾಟಗಾರರು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಗುಣಮಟ್ಟ, ಗಾತ್ರ ಮತ್ತು ತಾಜಾತನದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ವರ್ಗೀಕರಿಸಿ ಅವುಗಳಿಗೆ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಧಾರಣೆ ವಿಧಿಸುತ್ತಾರೆ. ರೈತರು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟಮಾಡುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ವರ್ಗೀಕರಿಸದಿರುವ ಕಾರಣ ವರ್ಗೀಕರಣದ ಲಾಭವು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪಾಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ದೌರ್ಭಾಗ್ಯ

ಶೇ. 77.5 ಮಾರಾಟಗಾರರು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ವರ್ಗೀಕರಿಸುವುದಾಗಿಯೂ ಇತರರು ಇಲ್ಲವೆಂದೂ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ವರ್ಗೀಕರಿಸುವ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಒಂದು ಪಂಗಡವಾಗಿಸಿ CIE ನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡರೆ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 70ರಿಂದ ಶೇ. 85ರ ನಡುವೆ ಇರಬಹುದು.

15. ವರ್ಗೀಕೃತ ತರಕಾರಿಗೆ ಬೇರೆಬೇರೆ ಧಾರಣೆ ವಿಧಿಸುವಿರಾ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	89	74.2
ಇಲ್ಲ	31	25.8
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ವರ್ಗೀಕೃತ ತರಕಾರಿಗೆ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಧಾರಣೆ ವಿಧಿಸುವುದಾಗಿ ಶೇ. 74.2 ಮಂದಿ ಮತ್ತು ಇಲ್ಲವೆಂದು ಶೇ. 25.2 ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ವರ್ಗೀಕೃತ ತರಕಾರಿಗೆ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಧಾರಣೆ ವಿಧಿಸುವ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಿ CIE ನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿದರೆ ಇವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 66ರಿಂದ ಶೇ. 82ರ ನಡುವೆ ಬರಬಹುದು.

16. ರೈತರಿಗೆ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಪಾವತಿಯಲ್ಲಿ ಏನಾದರು ಕಡಿತ ಮಾಡುವಿರಾ? :

A. ಹೌದು B ಇಲ್ಲ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	46	38.3
ಇಲ್ಲ	74	61.7
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಶೇ. 61.7 ಮಂದಿ ರೈತರಿಗೆ ಮಾಡುವ ಪಾವತಿಯಲ್ಲಿ ಕಡಿತ ಮಾಡುವುದಿಲ್ಲವೆಂದೂ ಉಳಿದ ಶೇ. 38.3 ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಮಾಡುತ್ತೇವೆ ಎಂದು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಕಡಿತ ಮಾಡುವ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ CIE ನ ಪ್ರಕಾರ ವಿವೇಚಿಸದರೆ ಕಡಿತ ಮಾಡದವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 30 ರಿಂದ ಶೇ. 47ರ ನಡುವೆ ಇರಬಹುದು.

17. ಯಾವ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ಕಡಿತಮಾಡುವಿರಿ?

A. ಕಡಿಮೆ ಗುಣಮಟ್ಟ B. ಬಲಿತ ತರಕಾರಿಗಳು

C. ವರ್ಗೀಕರಣ/ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಇಲ್ಲದಿರುವುದು D. ಕಡಿಮೆ ಶುಚಿತ್ವ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಕಡಿಮೆ ಗುಣಮಟ್ಟ	3	6.7
ಬಲಿತ ತರಕಾರಿಗಳು	8	17.8
ವರ್ಗೀಕರಣ/ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಇಲ್ಲದಿರುವುದು	34	75.5
ಕಡಿಮೆ ಶುಚಿತ್ವ	0	0
ಒಟ್ಟು	**45**	**100**

ವರ್ಗೀಕರಣ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಇಲ್ಲದಿರುವ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ಶೇ. 75.5 ಮಂದಿ ಕಡಿತ ಮಾಡುವುದಾಗಿ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಇವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿದರೆ CIE ನ ಅಳವಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಇವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 63ರಿಂದ ಶೇ. 88ರ ನಡುವೆ ಇರಬಹುದು.

18. ಯಾವ ಮೂಲದಿಂದ ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸುವಿರಿ?

18a. A. ರೇಡಿಯೋ B. ದಿನಪತ್ರಿಕೆ C. ಕೃಷಿಇಲಾಖೆ D. ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ

	ಸಂ.	ಶೇ.
A	8	6.7
B	0	-
C	3	2.5
D	0	-

18b. A. ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ B. ಇತರ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಂದ C. ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟರುಗಳಿಂದ D. ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ	21	17.5
ಇತರ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಂದ	22	18.3
ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟರುಗಳಿಂದ	49	41
ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ	17	14.2
ಒಟ್ಟು	**109**	**100**

ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಹೊಂದಿರುವುದು ಅಗತ್ಯ ಆದರೆ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿಗೂ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳನ್ನು ಅವಲಂಭಿಸಿರುವುದು ಅನಪೇಕ್ಷಣೀಯ.

ಕೃಷಿ ಇಲಾಖೆಯಿಂದ ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆಯುವ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ ತೀರ ಕಡಿಮೆ ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟರಿಂದ ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆಯುವವರು ಶೇ. 41 ಮತ್ತು ಇತರರು ಶೇ. 59. ಏಜೆಂಟರಿಂದ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹ ಮಾಡುವವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿದರೆ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 34ರಿಂದ ಶೇ. 49ರ ನಡುವೆ ಬರಬಹುದು.

19. ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚ ಯಾವ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿದೆ?

A. ಅತ್ಯಲ್ಪ B. ಅಲ್ಪ C. ಸಾಧಾರಣ D. ಅಧಿಕ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಅತ್ಯಲ್ಪ	0	-
ಅಲ್ಪ	52	43.3
ಸಾಧಾರಣ	49	40.9
ಅಧಿಕ	19	15.8
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ಅಲ್ಪ ಎಂದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 43.3, ಸಾಧಾರಣ ಎಂದವರು ಶೇ. 40.9. ಉತ್ಪಾದನೆ ವೆಚ್ಚ ಅಲ್ಪವೆಂದ ಶೇ. 43.3 ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ CIE ಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡರೆ ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ. 33ರಿಂದ ಶೇ. 48 ರ ನಡುವೆ ಬರಬಹುದು.

20. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಬಗ್ಗೆ ಎಲ್ಲಿಂದ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸುವಿರಿ?

A. ನೇರ ಭೇಟಿ B. ಇತರ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ C. ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಂದ D. ರೇಡಿಯೋ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ನೇರ ಭೇಟಿ	29	24.2
ಇತರ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ	59	49.2
ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಂದ	14	11.7
ರೇಡಿಯೋ	18	14.9
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಇತರ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆಯುವವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ. 49.2. ಇವರನ್ನು ಒಂದು ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಗುಂಪಾಗಿಸಿ CIE ನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿದರೆ ಇವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 40ರಿಂದ ಶೇ. 58ರ ನಡುವೆ ಬರಬಹುದು.

21. ಸ್ವಂತ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಳಿಗೆ ಇದೆಯೇ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	76	63.3
ಇಲ್ಲ	44	36.7
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಮಾರಾಟಗಾರರ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಗತಿ ಮತ್ತು ಉದ್ದಿಮೆ ಲಾಭದಾಯಕವೇ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರಿಯಲು ಸ್ವಂತ ಮಳಿಗೆ ಹೊಂದಿರುವವರ ಸಂಖ್ಯೆ, ಬಂಡವಾಳ ಪ್ರಮಾಣ, ಬಂಡವಾಳ ಮೂಲ ಮತ್ತು ಬಡ್ಡಿದರ ಮುಂತಾದುವುಗಳ ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇವುಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಮುಂದಿನ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗಳನ್ನು ನಡೆಸಲಾಗಿದೆ.

ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಸ್ವಂತ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಳಿಗೆ ಹೊಂದಿರುವವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 63.3. ಅವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ CIET ನ ಮೂಲಕ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದರೆ ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಸ್ವಂತ ಮಳಿಗೆ ಹೊಂದಿರುವವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.55ರಿಂದ ಶೇ.72ರ ನಡುವೆ ಬರಬಹುದು. ತರಕಾರಿ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಸ್ವಂತ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಳಿಗೆ ಹೊಂದಿದರೆ ಮಾತ್ರ ಈ ಉದ್ದಿಮೆಯು ಲಾಭದಾಯಕ ಎನ್ನಿಸಬಹುದು.

22. ಹೌದಾದರೆ ಹೂಡಿದ ಬಂಡವಾಳ ಎಷ್ಟು?

A. ರೂ.5000 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. ರೂ.5000-10000 C. ರೂ.10000 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು

	ಸಂ.	ಶೇ.
ರೂ.5000 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ	16	13.3
ರೂ.5000-10000	42	35
ರೂ.10000 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು	62	51.7
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಸ್ವಂತ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಳಿಗೆ ಹೊಂದಿದವರಲ್ಲಿ ಶೇ.51 ಜನ ಹತ್ತು ಸಾವಿರಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಮತ್ತು ಶೇ.35 ಜನರು ರೂ. 5 ರಿಂದ ರೂ. 10 ಸಾವಿರದವರೆಗೆ ಬಂಡವಾಳ ಹೂಡಿದ್ದಾರೆ. ರೂ. 10 ಸಾವಿರಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಬಂಡವಾಳ ಹೂಡಿದ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದರೆ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ.46ರಿಂದ ಶೇ.58ರ ನಡುವೆ ಬರಬಹುದು.

23. ಬಂಡವಾಳದ ಮೂಲ: A. ಸ್ವಂತ B. ಬ್ಯಾಂಕಿನಿಂದ C. ಇತರರಿಂದ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಸ್ವಂತ	63	52.5
ಬ್ಯಾಂಕಿನಿಂದ	19	15.8
ಇತರರಿಂದ	38	31.7
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಬಂಡವಾಳ ಹೂಡಿದವರ ಪೈಕಿ ಶೇ. 52 ಜನರು ಸ್ವಂತಮೂಲದಿಂದಲೂ ಉಳಿದವರು ಬ್ಯಾಂಕಿನಿಂದ ಮತ್ತು ಇತರರಿಂದ ಬಂಡವಾಳವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಸ್ವಂತ ಬಂಡವಾಳ ಹೂಡಿದವರನ್ನು ಒಂದಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದರೆ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 47ರಿಂದ ಶೇ. 61ರ ವರೆಗೆ ಬರುವುದು.

24. ಬಂಡವಾಳ ಬಡ್ಡಿದರ ಎಷ್ಟು?:

A. 6%ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. 6%-10% C.10% ಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ

	ಸಂ.	ಶೇ.
6%ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ	0	-
6%-10%	18	31.6
10% ಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ	39	68.4
ಒಟ್ಟು	**57**	**100**

ಬ್ಯಾಂಕಿನಿಂದ ಮತ್ತು ಇತರರಿಂದ ಬಂಡವಾಳ ಪಡೆದವರಲ್ಲಿ ಶೇ. 68 ಮಂದಿ ಶೇ. 10 ಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ ಬಡ್ಡಿ ಪಾವತಿಸುವುದಾಗಿಯೂ ಶೇ. 32 ಮಂದಿ ಶೇ. 10ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಬಡ್ಡಿ ಪಾವತಿಸಿದಾಗಿಯೂ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಶೇ. 10ಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ ಬಡ್ಡಿ ನೀಡುವವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 60 ಮತ್ತು ಶೇ. 77 ರ ನಡುವೆ ಬರುವುದು.

25. ವ್ಯಾಪಾರ ಮಳಿಗೆ ಬಾಡಿಗೆಯದ್ದಾದರೆ ವಾರ್ಷಿಕ ಬಾಡಿಗೆ ಎಷ್ಟು ?

A. ರೂ.12000 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. ರೂ.12000–18000 C. ರೂ.18000ಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ರೂ.12000 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ	6	13.6
ರೂ.12000–18000	20	45.4
ರೂ.18000ಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ	18	41
ಒಟ್ಟು	**44**	**100**

ವ್ಯಾಪಾರ ಮಳಿಗೆಯನ್ನು ಬಾಡಿಗೆಗೆ ಪಡೆದವರ ಪೈಕಿ ಶೇ. 45.4 ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ರೂ. 12–18ಸಾವಿರದ ವರೆಗೆ ಮತ್ತು ಶೇ. 41 ಜನರು ರೂ. 18 ಸಾವಿರಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ ಬಾಡಿಗೆಯನ್ನು ಪಾವತಿಸುತ್ತಾರೆ. ಶೇ. 10 ಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ ಬಾಡಿಗೆ ನೀಡುವವರನ್ನು ಒಂದು ಪಂಗಡವಾಗಿಸಿ ವಿವೇಚಿಸಿದಾಗ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 37 ಮತ್ತು ಶೇ. 53ರ ನಡುವೆ ಬರಬಹುದು ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು.

26. ವಾರ್ಷಿಕ ಪರವಾನಿಗೆ ಶುಲ್ಕ :

A. ರೂ.500 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. ರೂ.500-1000 C. ರೂ.1000 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ರೂ.500 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ	17	14.1
ರೂ.500-1000	69	57.5
ರೂ.1000 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.	34	28.4
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ರೂ 500 ರಿಂದ ರೂ ಒಂದು ಸಾವಿರದ ವರೆಗೆ ಪರವಾನಿಗೆ ಶುಲ್ಕ ಪಾವತಿ ಮಾಡುವವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 57.5. ಒಂದು ಸಾವಿರಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ ಪಾವತಿ ಮಾಡುವವರು ಶೇ. 28.4 ಮತ್ತು ರೂ. 500 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಪಾವತಿ ಮಾಡುವವರು ಶೇ. 14.1. ರೂ. 500 ರಿಂದ ರೂ. ಒಂದು ಸಾವಿರದ ವರೆಗೆ ಪಾವತಿ ಮಾಡುವವರನ್ನು ಒಂದಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ಅವಲೋಕಿಸುವಾಗ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 51ರಿಂದ ಶೇ, 64ರ ನಡುವೆ ಬರಬಹುದು.

27. ವಾರ್ಷಿಕ ತೆರಿಗೆ :

A. ರೂ.500 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. ರೂ.500-1000 C. ರೂ.1000 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ರೂ.500 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ	12	10
ರೂ.500-1000	37	30.8
ರೂ.1000 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.	71	59.2
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ರೂ. 500 ರಿಂದ ಒಂದು ಸಾವಿರದ ವರೆಗೆ ವಾರ್ಷಿಕ ತೆರಿಗೆ ಪಾವತಿಸುವವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 30.8 ಮತ್ತು ರೂ ಒಂದು ಸಾವಿರಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ ಪಾವತಿಸುವವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 59.2. ಇವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದರೆ ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಇವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ. 51ರಿಂದ ಶೇ. 66ರ ನಡುವೆ ಇರುವುದು.

28. ಮಳಿಗೆಗೆ ವಿಮೆ ಹೊಂದಿರುವಿರಾ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	8	6.7
ಇಲ್ಲ	112	93.3
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ವ್ಯಾಪಾರ ಮಳಿಗೆಗೆ ವಿಮೆ ಹೊಂದದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 93. ಇವರನ್ನು ಒಂದು ಪಂಗಡವಾಗಿಸಿ CIE ನ ಪ್ರಕಾರ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದರೆ ಅವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 89 ರಿಂದ ಶೇ. 98 ರ ನಡುವೆ ಬರಬಹುದು ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು.

29. ವಾರ್ಷಿಕ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚ :

A. ರೂ. 2000ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. 2000–5000 C. 5000ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ರೂ. 2000ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ	0	-
2000–5000	23	19.2
5000ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು	97	80.8
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ರೂ ಐದು ಸಾವಿರಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ವಾರ್ಷಿಕ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚ ಹೊಂದಿರುವ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 80.8. ಇವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ ಅವಲೋಕಿಸುವಾಗ ಇವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 75 ಮತ್ತು ಶೇ. 84ರ ಮಧ್ಯೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

30. ವಾರ್ಷಿಕ ಇತರ ವೆಚ್ಚ (ವಿದ್ಯುತ್, ನೀರು, ಇತ್ಯಾದಿ) :

A. ರೂ.10000 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. ರೂ.10000–20000 C. ರೂ.20000ಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ರೂ.10000 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ	13	10.8
ರೂ.10000–20000	47	39.2
ರೂ.20000ಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ	60	50
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಶೇ. 50 ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ರೂ. ಇಪ್ಪತ್ತು ಸಾವಿರಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಭರಿಸುವುದಾಗಿ ತಿಳಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಇವರನ್ನು ಒಂದಾಗಿಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವಾಗ ಇವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 41ರಿಂದ ಶೇ. 58ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

31. ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಆಯ್ದುಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವಿರಾ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	36	30
ಇಲ್ಲ	84	70
ಒಟ್ಟು	120	100

ಶೇ. 70 ಮಾರಾಟಗಾರರು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಆಯ್ದು ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವುದಾಗಿ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಇವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದರೆ ಇವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ. 62ರಿಂದ ಶೇ. 79ರ ನಡುವೆ ಬರಬಹುದು ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು.

32. ತರಕಾರಿ ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಯಾರು ಭರಿಸುತ್ತಾರೆ? A. ಬೆಳೆಗಾರರು B. ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ C. ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ D. ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರರು E. ನಾವೇ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಬೆಳೆಗಾರರು	21	17.5
ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ	20	16.7
ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್	57	47.4
ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರರು	11	9.2
ನಾವೇ	11	9.2
ಒಟ್ಟು	120	100

ತರಕಾರಿ ಸಾಗಾಟವೆಚ್ಚವು ಅವುಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದರದ ಪ್ರಮುಖ ಭಾಗವಾಗಿದೆ. ಸಾರಿಗೆ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಭರಿಸಿದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಚು ಕಡಿಮೆಯಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆ ಹೆಚ್ಚಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಪ್ರತಿಫಲ ದೊರಕಬಹುದು. ಆದರೆ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಅಸ್ತಿತ್ವದಿಂದಾಗಿ ಇದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ.

ಶೇ. 47.4 ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ ಭರಿಸುವುದಾಗಿ ತಿಳಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಇವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಇವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 39 ರಿಂದ ಶೇ. 56 ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

33. ನೀವು ಯಾರಿಗೆ ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವಿರಿ?

A. ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿಗೆ B. ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗೆ C. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿಗೆ	3	2.5
ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗೆ	5	4.2
ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ	112	93.3
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ. 93.3 ಮತ್ತು ಉಳಿದವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ. 6.7. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವವರನ್ನು ಒಂದು ಪಂಗಡವಾಗಿಸಿ ವಿವೇಚಿಸಿದಾಗ ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಇವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ. 89 ಮತ್ತು ಶೇ. 98 ರ ಅಂತರದಲ್ಲಿ ಬರುವುದು ಎನ್ನಬಹುದು.

34. ದೈನಂದಿನ ವ್ಯರ್ಥವಾಗುವ ತರಕಾರಿ ಮೌಲ್ಯ ಎಷ್ಟು ?

A. ರೂ.100 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. ರೂ.100-500 C. ರೂ.500 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ರೂ.100 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ	39	32.5
ರೂ.100-500	63	52.5
ರೂ.500 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು	18	15
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ತರಕಾರಿಗಳು ಕೊಳೆತು ವ್ಯರ್ಥಗೊಳ್ಳುವುದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದ ಒಂದು ಭಾಗವಾಗಿದೆ. ಉತ್ತಮ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮತ್ತು ವರ್ಗೀಕರಣವಿದ್ದರೆ ವ್ಯರ್ಥಗೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಮಾಣ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿ ದಕ್ಷತೆಯು ಹೆಚ್ಚುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೂ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೂ ಉತ್ತಮ ಪ್ರತಿಫಲ ದೊರೆಯುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ದಾಸ್ತಾನು ಮಳಿಗೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರೆ ವ್ಯರ್ಥಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣ ಕಡಿಮೆಯಿರುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಸದೃಢ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ದಾಸ್ತಾನು ಮಳಿಗೆಗಳು ಅವಶ್ಯಕ.

ಶೇ. 52.5 ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ತರಕಾರಿ ವ್ಯರ್ಥವಾಗುವ ಮೌಲ್ಯ ರೂ. 100 ರಿಂದ ರೂ 500 ಎಂದು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಇವರನ್ನು ಒಂದು ಪಂಗಡವಾಗಿಸಿ ಉಳಿದವರನ್ನು ಇನ್ನೊಂದು ಪಂಗಡವಾಗಿಸಿದರೆ ರೂ. 100ರಿಂದ ರೂ. 500 ಮೌಲ್ಯದ ನಷ್ಟ ಅನುಭವಿಸುವವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 44 ರಿಂದ ಶೇ. 58 ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

35. ಕೊಳೆತ / ಹಾಳಾದ ತರಕಾರಿ ಯಿಂದ ಆದಾಯವಿದೆಯೇ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	27	22.5
ಇಲ್ಲ	93	77.5
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಕೊಳೆತ ತರಕಾರಿಯಿಂದ ಆದಾಯ ಇಲ್ಲ ಎನ್ನುವವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ. 77.5. ಇವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದರೆ ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಇವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ. 70ರಿಂದ ಶೇ. 85ರ ನಡುವೆ ಇರುವುದು.

36. ದಿನದಲ್ಲಿ ಸರಾಸರಿ ಮಾರಾಟವಾಗುವ ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಪ್ರಮಾಣ ಎಷ್ಟು?
A. 50 ಕಿಲೋಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. 50-100ಕಿಲೋ. C. 100-200ಕಿಲೋ.
D. 200ಕಿಲೋಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.

	ಸಂ.	ಶೇ.
50 ಕಿಲೋಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ	13	10.8
50-100ಕಿಲೋ	31	25.8
100-200ಕಿಲೋ	43	35.9
200ಕಿಲೋಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು	33	27.5
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಶೇ. 35.9 ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ದೈನಂದಿನ ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಮಾಣವು 100ರಿಂದ 200 ಕಿಲೋ, ಶೇ. 27.5 ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು 200 ಕಿಲೋಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ ಮತ್ತು ಶೇ. 36.6 ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು 100 ಕಿಲೋಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಎಂದು ತಿಳಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಇವರ ಮಧ್ಯಕ ಚಲವನ್ನು ಕಂಡುಹುಡುಕಿದಾಗ ಸರಾಸರಿ ದೈನಂದಿನ ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟವಾಗುವ ಪ್ರಮಾಣವು 150 ಕೆ.ಜಿ ಎನ್ನಬಹುದು.

37. ದಾಸ್ತಾನು ಮಳಿಗೆ ಹೊಂದಿರುವಿರಾ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	18	15
ಇಲ್ಲ	102	85
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಶೇ. 85 ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ದಾಸ್ತಾನು ಮಳಿಗೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಇವರನ್ನು ಒಂದು ಪಂಗಡವಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಿ CIE ನ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಾಗ ಇವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 79ರಿಂದ ಶೇ. 91 ರ ನಡುವೆ ಇರಬಹುದು ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು.

38. ತರಕಾರಿ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಯಾರು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತಾರೆ?
A. ಉತ್ಪಾದಕರು B. ಗ್ರಾಮೀಣವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು
C. ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ D. ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರರು

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಉತ್ಪಾದಕರು	17	14.1
ಗ್ರಾಮೀಣವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು	18	15
ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್	61	51
ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರರು	24	20
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧಾರದಲ್ಲಿ ರೈತರ ಆಶಯ, ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಗಳು ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸಬೇಕಿತ್ತು. ಕೈಗಾರಿಕಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರೇ ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತಿರುವಾಗ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ರೈತರನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಉಳಿದವರೆಲ್ಲ ನಿರ್ಧರಿಸುವುದು ವಿಪರ್ಯಾಸ. ಇದು ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಸಾಕ್ಷಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಉಳಿದಂತೆ ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧಾರಕಗಳಲ್ಲಿ ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಗಳ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳ ಏರಿಳಿತಕ್ಕೂ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತಿರುವ ಅಂಶ ಕ್ಷೇತ್ರ ಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬಂದಿರುವುದು ಒಪ್ಪತಕ್ಕ ವಿಚಾರ.

ಶೇ. 51 ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರೇ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಇವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ ಉಳಿದವರನ್ನು ಇನ್ನೊಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವಾಗ ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರು ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಹೇಳುವ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ. 42ರಿಂದ ಶೇ. 62ರ ನಡುವೆ ಇರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಅತಿ ಕಡಿಮೆ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ . ಶೇ. 14.1 ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಉತ್ಪಾದಕರೇ ತರಕಾರಿ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಇವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವಾಗ ಇವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ.7ರಿಂದ ಶೇ. 20ರ ನಡುವೆ ಬರುತ್ತದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

39. ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧರಿಸುವಾಗ ಯಾವ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ?(ಶ್ರೇಣೀಕರಿಸಿ)

A. ಬೇಡಿಕೆ B. ಪೂರೈಕೆ C. ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚ D. ಹಾಳಾಗುವಿಕೆ

	I	II	III	IV
A	32	41	29	18
B	49	37	31	13
C	21	21	28	40
D	18	21	32	49

Factors	Garrets Mean Score	Rank
A	53.62	2
B	61.67	1
C	42.01	4
D	43.68	3

ಬಂದಂತಹ ಫಲಿತಾಂಶವನ್ನು ಗ್ಯಾರೆಟ್ ಮೀನ್ ಸ್ಕೋರ್‌ನ ಮೂಲಕ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದಾಗ ಪೂರೈಕೆ ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ ಎನ್ನುವುದಕ್ಕೆ ಪ್ರಥಮ ಪ್ರಾಶಸ್ತ್ಯವು, ಬೇಡಿಕೆ ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ ಎನ್ನುವುದಕ್ಕೆ ಎರಡನೆಯ ಪ್ರಾಶಸ್ತ್ಯ, ವ್ಯರ್ಥವಾಗುವಿಕೆ ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ ಎನ್ನುವುದಕ್ಕೆ ಮೂರನೆಯ ಪ್ರಾಶಸ್ತ್ಯ ಮತ್ತು ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನುವುದಕ್ಕೆ ನಾಲ್ಕನೆಯ ಪ್ರಾಶಸ್ತ್ಯವು ಬಂದಿರುವುದು.

40. ಬೆಲೆಗಳ ಏರಿಳಿತಕ್ಕೆ ಕಾರಣವೇನು? (ಶ್ರೇಣೀಕರಿಸಿ)

A. ಬೇಡಿಕೆ B. ಪೂರೈಕೆ C. ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಿಂದ D. ಹಾಳಾಗುವಿಕೆ E. ಆಮದು

ಕ್ರುಸ್ಕಾಲ್-ವಾಲಿಸ್ ಪ್ರಮೇಯದಿಂದ ವಿವೇಚಿಸುವಾಗ ಮಾಹಿತಿದಾರರು ಯಾವುದೇ ಒಂದು ಅಂಶದ ಪರವಾಗಿ ತಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿಲ್ಲ. ಆದ್ದರಿಂದ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಶ್ರೇಣೀಕರಿಸಲು ಗ್ಯಾರೆಟ್ ಮೀನ್ ಸ್ಕೋರ್‌ನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

	I	II	III	IV	V
A	25	26	24	22	23
B	27	37	23	18	15
C	16	20	29	28	27
D	15	14	20	28	33
E	27	23	24	24	22

Factors	Garrets Mean Score	Rank	
A	49.27	4	
B	55.82	1	
C	52.63	3	
D	46.28	5	
E	54.14	2	

ಗ್ಯಾರೇಟ್ ಮೀನ್ ಸ್ಕೋರ್‌ನ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಂತೆ ಪೂರೈಕೆಯು ಬೆಲೆಗಳ ಏರಿಳಿತಕ್ಕೆ ಪ್ರಮುಖ ಕಾರಣವಾಗಿಯೂ ಇತರ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಿಂದ ಆಮದಾಗುವುದು ಎರಡನೆ ಕಾರಣ, ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಿಂದಾಗಿ ಮೂರನೆಯ, ಬೇಡಿಕೆ ನಾಲ್ಕನೆಯ ಹಾಗೂ ಹಾಳಾಗುವಿಕೆಯು ಐದನೆಯ ಕಾರಣವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ.

41. ಯಾವ ತರಕಾರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಬೇಡಿಕೆ ಇದೆ?(ಶ್ರೇಣೀಕರಿಸಿ)

A. ಬದನೆ B. ಬೆಂಡೆ C. ಬೂದುಕುಂಬಳ D. ಸೌತೆ E. ಸಿಹಿಗೆಣಸು

	I	II	III	IV	V
A	36	29	25	21	9
B	31	34	21	19	15
C	23	21	26	22	28
D	18	21	29	22	30
E	12	15	19	36	38

Factors	Garrets Mean Score	Rank	
A	56.29	1	
B	54.58	2	
C	48.88	3	
D	47.42	4	
E	42.83	5	

ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಹೆಚ್ಚು ಬೇಡಿಕೆ ಇರುವ ತರಕಾರಿಗಳಲ್ಲಿ ಬದನೆಗೆ ಪ್ರಥಮ ಪ್ರಾಶಸ್ತ್ಯವೂ ಬೆಂಡೆಕಾಯಿಗೆ ಎರಡನೆಯ, ಬೂದುಕುಂಬಳಕ್ಕೆ ಮೂರನೆಯ, ಸೌತೆ ಕಾಯಿಗೆ ನಾಲ್ಕನೆಯ ಮತ್ತು ಸಿಹಿಗೆಣಸಿಗೆ ಐದನೆಯ ಪ್ರಾಶಸ್ತ್ಯವು ಲಭಿಸಿದೆ.

42. ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ/ ಸ್ವಸಹಾಯ ಸಂಘದ ಪ್ರವೇಶ ಅವಶ್ಯವಿದೆಯೇ?: A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	21	17.5
ಇಲ್ಲ	99	82.5
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ ಅಥವಾ ಸ್ವಸಹಾಯ ಸಂಘದ ಪ್ರವೇಶ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲವೆಂದವರ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ. 82.5. ಇವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಿ CIE ನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಾಗ ಇವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪೈಕಿ ಶೇ. 76ರಿಂದ ಶೇ. 89ರ ನಡುವೆ ಇರಬಹುದು ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು.

43. ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಇತರ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜತೆಗೆ (ಉದಾ: ಮಲ್ಲಿಗೆ, ಹಾಲು) ಹೋಲಿಸಿರುವಿರಾ? : A. ಹೌದು B ಇಲ್ಲ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	16	13.3
ಇಲ್ಲ	104	86.7
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಹೋಲಿಕೆ ಕಂಡುಬರುವುದು ಸಾಮಾನ್ಯ. ಈ ಸಾಮ್ಯತೆಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಮಾದರಿ ಎಂದೆನಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಯಶಸ್ಸಿಗೆ ಕಾರಣವಾದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಇತರೆಡೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಸದೃಢಗೊಳ್ಳಬಹುದು.

ಶೇ. 86.7 ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಇತರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಹೋಲಿಸಿಲ್ಲ. ಇವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ ವಿವೇಚಿಸುವಾಗ ಇವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 81ರಿಂದ ಶೇ. 93ರ ನಡುವೆ ಇರಬಹುದು ಎನ್ನಬಹುದು.

44. ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಸಾಮ್ಯ ಇದೆಯೇ? A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ

	ಸಂ.	ಶೇ.
ಹೌದು	11	9.2
ಇಲ್ಲ	109	90.8
ಒಟ್ಟು	**120**	**100**

ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಶೇ. 90.8 ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಇತರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಸಾಮ್ಯವಿಲ್ಲ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಇವರನ್ನು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವಾಗ ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಇವರ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇ. 86 ರಿಂದ ಶೇ. 94ರ ನಡುವೆ ಬರಬಹುದು ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು.

45. ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೇನು?(ಶ್ರೇಣೀಕರಿಸಿ)

A. ಕಡಿಮೆ ಗುಣಮಟ್ಟ B. ಅಧಿಕ ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚ

C. ಅಧಿಕ ಬೆಲೆ D. ಕಡಿಮೆ ಪೂರೈಕೆ

	I	II	III	IV
A	34	32	31	23
B	12	27	39	42
C	21	27	23	49
D	53	34	27	06

Factors	Garrets Mean Score	Rank
A	52.43	2
B	43.88	4
C	45.06	3
D	59.64	1

ಉತ್ಪಾದಕರ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಸಡ್ಡೆ ಮತ್ತು ಅನಾಸಕ್ತಿಗಳಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಸಮರ್ಪಕವಾಗಿದ್ದು ಸಮಸ್ಯೆಗಳೆನ್ನೆದುರಿಸಿದರೆ ಅದರ ಪರಿಹಾರವೂ ಅವರ ಕೈಯಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ. ಸೀಮಿತ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವ ತರಕಾರಿಗಳ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆ ಎಂದರೆ ಪೂರೈಕೆಯ ಕೊರತೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಧಾರಣೆ ಏರಿಕೆಗೊಂಡರೂ ಉತ್ಪಾದಕರ ಜೀವನಮಟ್ಟ ಸುಧಾರಣೆಯಾಗದಿರುವುದು ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಣಕವೇ ಸರಿ.

ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ ಪೂರೈಕೆಯು ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆ ಎಂದೂ ಉಳಿದಂತೆ ಕಡಿಮೆ ಗುಣಮಟ್ಟ, ಅಧಿಕ ಬೆಲೆ, ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚಗಳೂ ಕ್ರಮವಾಗಿ ಇತರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೆಂದು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ.

5.3 ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ :

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಆಯ್ದ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಿದಾಗ ಕಂಡು ಬಂದ ಅಂಶವೆಂದರೆ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯದ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಮತ್ತು ಅಸಮರ್ಪಕ ಉತ್ಪಾದನ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದಾಗಿ ಅಧಿಕ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಭರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಸರಿಯಾದ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ದೊರಕದೆ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆ ಸಂಧಿಗ್ಧತೆಯಲ್ಲಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳ ಬೆಲೆಗಳು ದುಬಾರಿಯಾಗಿದ್ದರೂ, ಅಧಿಕ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚದಿಂದಾಗಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಬರತಕ್ಕ ಆದಾಯವು ಕಡಿಮೆ ಇದೆ. ಇದರಿಂದ ನಿರುತ್ಸಾಹಗೊಂಡ ಬೆಳೆಗಾರ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಿಂದ ವಿಮುಖಗೊಂಡಿರಬಹುದು ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು.

ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿಗಳ ಪ್ರಮುಖ ಉತ್ಪಾದನೆ ವೆಚ್ಚ ಈ ಕೆಳಗಿನಂತಿದೆ.

1. ಗುತ್ತಿಗೆ ಭೂಮಿದರ
2. ಬೀಜದ ದರ
3. ಹೂಡುವಿಕೆಯ ವೆಚ್ಚ
4. ನೀರಾವರಿ ವೆಚ್ಚ
5. ರಸಗೊಬ್ಬರ ವೆಚ್ಚ
6. ಕ್ರಿಮಿ-ಕೀಟನಾಶಕ ವೆಚ್ಚ
7. ಸಸ್ಯರೋಗ ನಿವಾರಕ ವೆಚ್ಚ
8. ಕಟಾವಿನ ವೆಚ್ಚ
9. ವರ್ಗೀಕರಣ / ಸಂಸ್ಕರಣೆ ವೆಚ್ಚ
10. ಮೂಟೆ ಕಟ್ಟುವ ವೆಚ್ಚ
11. ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚ

1. ಗುತ್ತಿಗೆ ಭೂಮಿದರ : ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಹುತೇಕ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಭೂ ರಹಿತರಾದುದರಿಂದ ಇತರರ ಭೂಮಿಯನ್ನು ಗುತ್ತಿಗೆ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಪಡೆದುಕೊಂಡು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಸುತ್ತಾರೆ. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಪಾವತಿಸುವ ಗುತ್ತಿಗೆ ದರವು ಎಕರೆ ಒಂದಕ್ಕೆ ರೂ. 500 ರಿಂದ 1200 ರವರೆಗೂ ಹರಡಿಕೊಂಡಿದೆ. ಬಹಳಷ್ಟು ಬೆಳೆಗಾರರು ಪಾವತಿಸುವ ಗುತ್ತಿಗೆ ದರವು ರೂ 800ರ ಆಸುಪಾಸಿನಲ್ಲಿದೆ. ಗುತ್ತಿಗೆ ದರವು ಮಣ್ಣಿನ ಫಲವತ್ತತೆ ಮತ್ತು ನೀರಾವರಿ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುತ್ತದೆ.

2. ಬೀಜದ ವೆಚ್ಚ : ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಬೀಜೋತ್ಪಾದನೆಯ ದರವು ತೀರಾ ನಗಣ್ಯವಾಗಿದೆ. ಬಹುತೇಕ ರೈತರು ತಾವೇ ಸ್ವತಃ ಬೀಜೋತ್ಪಾದಿಸುತ್ತಿದ್ದರೆ ಕೆಲವೇ ಕೆಲವು ರೈತರು ತಮ್ಮ ಸಹವರ್ತಿಗಳಿಂದ ಬೀಜಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದ ಬೀಜಗಳನ್ನು ತಂದು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುವವರ ಸಂಖ್ಯೆ ತೀರಾ ಕಡಿಮೆ.

3. ಹೂಡುವಿಕೆಯ ವೆಚ್ಚ : ಕರಾವಳಿ ತೀರದಲ್ಲಿನ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಮಣ್ಣು ಹುಡಿಮಾಡಿ ಹೂಡುವಿಕೆಯ ವೆಚ್ಚ ಅಧಿಕವಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಒಳನಾಡಿನ ಕೃಷಿಕರ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಇದೊಂದು ಮುಖ್ಯ ವೆಚ್ಚ. ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರು ಮತ್ತು ಭೂರಹಿತ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸ್ವತಃ ಎತ್ತುಗಳ ಮೂಲಕ ಹೂಡುವಿಕೆಯನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಎತ್ತುಗಳ ಕೊರತೆ ಮತ್ತು ದುಬಾರಿ ಬಾಡಿಗೆ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಆಧುನಿಕ ಯಂತ್ರಗಳ ಮೂಲಕವೂ ಹೂಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಯಂತ್ರೋಪಕರಣಗಳ ಬಳಕೆಯಿಂದಾಗಿ ಹೂಡುವಿಕೆಯ ವೆಚ್ಚವು ಗಮನಾರ್ಹವಾಗಿದೆ.

4. ನೀರಾವರಿ ವೆಚ್ಚ : ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಪೈಕಿ ಸ್ವಂತ ನೀರಾವರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಹೊಂದಿರುವವರು ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿದ್ದಾರೆ. ಸ್ವಂತ ಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುವವರಿಗೆ ಅವರದ್ದೇ ಆದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳಿರುತ್ತವೆ. ಗುತ್ತಿಗೆ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವವರಿಗೆ ನೀರಾವರಿಯು ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ವೆಚ್ಚ. ಸ್ವಂತ ಭೂಮಿಹೊಂದಿರುವವರು ವಿದ್ಯುತ್ ಪಂಪಿನ ಮೂಲಕ ನೀರಾವರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡರೆ ಉಳಿದವರು ಬಾಡಿಗೆ ಪಂಪನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಾರೆ. ಇಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಪಂಪಿನ ಬಾಡಿಗೆ ಮತ್ತು ಸೀಮೆ ಎಣ್ಣೆಯ ಖರ್ಚು ಅಧಿಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಹಲವು ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ದಿನ ಬಿಟ್ಟು ದಿನ ನೀರು ಕೊಡಬೇಕಾಗಿದ್ದರೆ ಇನ್ನುಳಿದವುಗಳಿಗೆ ವಾರದಲ್ಲಿ ಎರಡರಿಂದ ಮೂರು ಸಲ ನೀರು ಕೊಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ನೀರಾವರಿ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ವೆಚ್ಚ.

5. ರಸಗೊಬ್ಬರ ವೆಚ್ಚ : ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ವಾಣಿಜ್ಯೀಕರಣದಿಂದಾಗಿ ರೈತರು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಹಟ್ಟಿಗೊಬ್ಬರಗಳಲ್ಲದೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ದೊರಕುವ ಆಧುನಿಕ ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳನ್ನು ಬಳಸುವ ಕಾರಣ ರಸಗೊಬ್ಬರದ ವೆಚ್ಚವೂ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದೆ. ಈ ಹಿಂದೆ ರೈತರು ಸಾಕಷ್ಟು ಹಟ್ಟಿಗೊಬ್ಬರ, ಮೀನಿನ ತ್ಯಾಜ್ಯ ಮತ್ತು ಹಸುರೆಲೆ ಗೊಬ್ಬರಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದರು. ಕೃಷಿಯ ಆಧುನೀಕರಣದಿಂದಾಗಿ ರಸಗೊಬ್ಬರ ವೆಚ್ಚವು ಉತ್ಪಾದನೆಯ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ.

6. ಕ್ರಿಮಿ – ಕೀಟ ನಾಶಕ ವೆಚ್ಚ : ಕ್ರಿಮಿ ಕೀಟ ನಾಶಕ ವೆಚ್ಚವು ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಭಾಗ. ಹಲವು ತರದ ಹುಳಗಳು, ಕ್ರಿಮಿ ಕೀಟಗಳು ತರಕಾರಿ ಗಿಡಗಳ ಬೇರು, ಕಾಂಡ, ಎಲೆ, ಹೂ ಮತ್ತು ಕಾಯಿ ಹಣ್ಣುಗಳನ್ನು ನಾಶ ಪಡಿಸುವ ಕಾರಣ ರೈತರು ನಷ್ಟಕ್ಕೊಳಗಾಗುತ್ತಾರೆ. ಇದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಲು ಸಾಧಾರಣವಾಗಿ ವಾರಕ್ಕೊಮ್ಮೆ ಕೀಟನಾಶಕಗಳ ಸಿಂಪಡಿಸುವಿಕೆ ಅಗತ್ಯ. ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಅಥವಾ ಜೈವಿಕ ಕೀಟನಾಶಕಗಳ ಕುರಿತು ಅಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ಅಸಡ್ಡೆಯಿಂದಾಗಿ ಹಾಗೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸುಲಭ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ರಾಸಾಯನಿಕ ಕೀಟನಾಶಕಗಳು ದೊರಕುವ ಕಾರಣ ರೈತರು ಅದನ್ನೇ ಬಳಸುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಅವುಗಳ ದುಬಾರಿ ದರದಿಂದಾಗಿ ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕವಾಗಿ ಬಳಸುವ ಕಾರಣ ಕೀಟನಾಶಕಗಳ ವೆಚ್ಚವು ಪ್ರಮುಖ ವೆಚ್ಚವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿದೆ.

7. ಸಸ್ಯ ರೋಗ ನಿವಾರಕಗಳ ವೆಚ್ಚ : ಹೆಚ್ಚಿನ ತರಕಾರಿ ಗಿಡಗಳು ಸೂಕ್ಷ್ಮ ವಾಗಿದ್ದು ಆರೈಕೆಯನ್ನು ಬಯಸುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಸಸ್ಯರೋಗಗಳಿಂದ ಕಾಪಾಡಲು ರೈತರು ಆಧುನಿಕ – ರಾಸಾಯನಿಕ ರೋಗ ನಾಶಕಗಳನ್ನು ಬಳಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಬೆಂಕಿ ರೋಗ, ಎಲೆಮುರುಟುರೋಗ, ನುಸಿರೋಗ, ಮತ್ತು ಬೇರುಗಳನ್ನು ಬಾಧಿಸುವ ಬೇಕ್ಟೀರಿಯಾಗಳಿಂದ ರಕ್ಷಿಸಲು ದುಬಾರಿ ರಾಸಾಯನಿಕಗಳನ್ನು ಬಳಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

8. ಕೊಯ್ಲಿನ ವೆಚ್ಚ : ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರು ಮತ್ತು ಭೂರಹಿತ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಕೊಯ್ಲಿನ ವೆಚ್ಚ ಒಂದು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯ ವೆಚ್ಚವಲ್ಲ. ಬಹುತೇಕ ಅಂದರೆ

ಶೇ. 92ರಷ್ಟು ರೈತರು ಇದನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿಲ್ಲ. ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ರೈತರೇ ಸ್ವತಃ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಕಟಾವು ಮಾಡುವ ಕಾರಣ ಈ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಕಡೆಗಣಿಸಬಹುದು.

9. ವರ್ಗೀಕರಣ / ಸಂಸ್ಕರಣೆ ವೆಚ್ಚ : ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ವರ್ಗೀಕರಣ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕರಣೆಯ ಕುರಿತು ಗಂಭೀರವಾಗಿ ಯೋಚಿಸಿಲ್ಲ. ವರ್ಗೀಕರಣ ಗೊಳಿಸಿದರೆ ಕಡಿಮೆ ದರ್ಜೆಯ ತರಕಾರಿಗೆ ಬೇಡಿಕೆ ಇರಲಿಕ್ಕಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ಧಾರಣೆ ದೊರಕಬಹುದು ಎಂಬ ಭಯದಿಂದ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ವರ್ಗೀಕರಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗೆಯೇ ತರಕಾರಿಗಳ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಕುರಿತು ಜಾಗೃತಿಯಾಗಲೀ ಮಾಹಿತಿಯಾಗಲೀ ಇಲ್ಲದ ಕಾರಣ ಇದೊಂದು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ವೆಚ್ಚ ಎಂದು ಕಂಡು ಬರುವುದಿಲ್ಲ.

10. ಮೂಟೆ ಕಟ್ಟುವ ವೆಚ್ಚ : ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆದ ಬಹುಪಾಲು ತರಕಾರಿಗಳು ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲೇ ಮಾರಾಟವಾಗುವ ಕಾರಣ ಆಧುನಿಕ ರೀತಿಯ ದುಬಾರಿ ಪೊಟ್ಟಣ ಕಟ್ಟುವ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಜಿಲ್ಲೆಯಿಂದ ಹೊರ ಹೋಗುವ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಇದು ಅಗತ್ಯ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅಂದರೆ ಗೋಣಿ ಚೀಲಗಳಲ್ಲಿ ತುಂಬಿಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಾಗಿಸುವ ಕಾರಣ ಮೂಟೆ ಕಟ್ಟುವ ವೆಚ್ಚವು ಅಧಿಕವಾಗಿಲ್ಲ.

11. ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚ. : ಜಿಲ್ಲೆಯ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿರುವ ರೈತರು ತರಕಾರಿಗಳ ಸಾಗಾಟದಲ್ಲಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಸ್ವಂತ ವಾಹನ ಹೊಂದಿರುವವರ ಸಂಖ್ಯೆ ತೀರಾ ಅಲ್ಪ. ಬಾಡಿಗೆ ವಾಹನ ದುಬಾರಿ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಾರಿಗೆಯ ಅಸಮರ್ಪಕತೆಯಿಂದಾಗಿ ಬಹುಪಾಲು ಬೆಳೆಗಾರರು ಹಳ್ಳಿಯಲ್ಲೇ ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರಿಗೆ ಮಾರುತ್ತಾರೆ. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಾಗಾಟ ಸಮಸ್ಯೆಯಿಂದ ತಪ್ಪಿಸಿಕೊಂಡು ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರ ಅಥವಾ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಶೋಷಣೆಯ ಬಲೆಗೆ ಬೀಳುತ್ತಾರೆ.

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಐದು ತರಕಾರಿಗಳ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಲಾಗಿ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದಂತೆ, ತರಕಾರಿಗಳ ಸರಾಸರಿ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚ ಈ ಕೆಳಗಿನಂತಿದೆ.

ಮಾನವ ಶ್ರಮದ ವೆಚ್ಚ	: ಶೇ. 33–35
ಕ್ರಿಮಿ–ಕೀಟ ನಾಶಕದ ವೆಚ್ಚ	: ಶೇ. 18–21
ನೀರಾವರಿ ವೆಚ್ಚ	: ಶೇ. 23–25
ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳ ವೆಚ್ಚ	: ಶೇ. 11–13
ಗುತ್ತಿಗೆ ದರ ವೆಚ್ಚ	: ಶೇ. 6–9
ಇತರ ವೆಚ್ಚ	: ಶೇ. 3–5

ಹೀಗೆ ಈ ಮೇಲೆ ವಿವರಿಸಿದಂತೆ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಹಲವು ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಭರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ತೀರಾ ನಗಣ್ಯವಾದರೆ ಉಳಿದವುಗಳು ಪ್ರಮುಖ ವೆಚ್ಚಗಳಾಗಿವೆ.

ಈ ಮೇಲಿನ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚದ ಕೋಷ್ಟಕವು ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಿ, ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಿ ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಂಡುಹಿಡಿಯಲಾಗಿದೆಯಾದರೂ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ನಿಖರತೆಗೋಸ್ಕರ ಸರಕಾರ ಮತ್ತು ಸರಕಾರೇತರ ಮೂಲಗಳಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಈ ಕೆಳಗೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

	ಕುಂದಾಪುರ ತಾಲೂಕು	ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲೂಕು	ಉಡುಪಿ ತಾಲೂಕು
ಮಾನವ ಶ್ರಮದ ವೆಚ್ಚ	ಶೇ. 32–34	ಶೇ. 34–36	ಶೇ. 35–37
ಕ್ರಿಮಿ–ಕೀಟ ನಾಶಕದ ವೆಚ್ಚ	ಶೇ. 19–21	ಶೇ. 18–20	ಶೇ. 17–19
ನೀರಾವರಿ ವೆಚ್ಚ	ಶೇ. 24–26	ಶೇ. 23–25	ಶೇ. 21–23
ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳ ವೆಚ್ಚ	ಶೇ. 12–13	ಶೇ. 12–13	ಶೇ. 11–13
ಗುತ್ತಿಗೆ ದರ ವೆಚ್ಚ	ಶೇ. 05–07	ಶೇ. 06–08	ಶೇ. 07–09
ಇತರ ವೆಚ್ಚ	ಶೇ. 03–04	ಶೇ. 03–05	ಶೇ. 04–06

ಮೂಲ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಕಿ ಅಂಶ 2010–11 ಮತ್ತು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಕಡತ.

ಮೇಲೆ ವಿವರಿಸಲಾದ ಪ್ರಮುಖ ವೆಚ್ಚಗಳು ಸರಾಸರಿ ವೆಚ್ಚಗಳಾಗಿದ್ದು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯಿಂದ ಬೆಳೆಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತವೆ. ವಿವಿಧ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಅವಶ್ಯವಿರುವ ನೀರಾವರಿ ಸೌಲಭ್ಯ, ರಸಗೊಬ್ಬರ, ಕ್ರಿಮಿ ಕೀಟನಾಶಕಗಳ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚವು ಅಲ್ಪ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಬದಲಾಗಬಹುದು.

ಹಾಗೆಯೇ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಮೂರು ತಾಲೂಕುಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಅಲ್ಪಮಟ್ಟದ ವ್ಯತ್ಯಾಸ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಉಡುಪಿ ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಕಾರ್ಮಿಕರ ಸರಾಸರಿ ದಿನಗೂಲಿಯು ರೂ. 300 ರಿಂದ ರೂ. 320 ಇದ್ದರೆ ಇದು ಕಾರ್ಕಳ ಮತ್ತು ಕುಂದಾಪುರ ತಾಲೂಕುಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ ರೂ. 280 ರಿಂದ ರೂ. 300 ಮತ್ತು ರೂ. 260 ರಿಂದ ರೂ. 280ರ ವರೆಗೆ ಇದೆ. ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ಮಾನವ ಶ್ರಮದ ವೆಚ್ಚವೇ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ.

ಕೀಟನಾಶಕ ಮತ್ತು ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳ ವೆಚ್ಚವು ಸಾಧಾರಣವಾಗಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಾದ್ಯಂತ ಸಮಾನವಾಗಿದೆ. ಸರಕಾರಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟವಾಗುವ ಕಾರಣ ಬೆಲೆಯು ಏಕಪ್ರಕಾರವಾಗಿದ್ದರೂ ಜಿಲ್ಲಾ ಮತ್ತು ತಾಲೂಕು ಕೇಂದ್ರದಿಂದ ದೂರವಿರುವ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ಸಾಗಾಟ ಮಾಡುವ ಸಾರಿಗೆ ವೆಚ್ಚವು ಹೆಚ್ಚುವರಿ ವೆಚ್ಚವಾಗಿದೆ.

ನೀರಾವರಿ ವೆಚ್ಚವು ಉಡುಪಿ ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ ಕಂಡು ಬಂದಿದ್ದು ಇತರೆಡೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಧಿಕವಾಗಿದೆ. ಉಡುಪಿ ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ ಸಾಧಾರಣವಾಗಿ ಹೊಳೆಬದಿಗಳಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಯುವ ಕಾರಣ ಈ ಫಲಿತಾಂಶ ಕಂಡುಬಂದಿರುತ್ತದೆ.

ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯ ಗುತ್ತಿಗೆ ದರವು ಮಣ್ಣಿನ ಫಲವತ್ತತೆಯನ್ನು ಅವಲಂಭಿಸಿದೆ. ಇದು ಉಡುಪಿ ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ ಅಧಿಕವಿದ್ದು ಇತರೆಡೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆಯಿದೆ. ಕುಂದಾಪುರ ತಾಲೂಕಿನ ಗ್ರಾಮಾಂತರ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಗುತ್ತಿಗೆ ದರ ತೀರಾ ನಗಣ್ಯ.

ಇತರ ವೆಚ್ಚಗಳಲ್ಲಿ ಬೀಜದ ಬೆಲೆ, ಸಾರಿಗೆ ವೆಚ್ಚ, ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳ ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಕ್ರಿಮಿ ನಾಶಕ ಯಂತ್ರಗಳ ಬಾಡಿಗೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಸೇರಿವೆ.

5.4 ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರ :

ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರ ಅಥವಾ ಬೆಲೆ ಹರಡುವಿಕೆಯೆಂದರೆ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕ ಪಾವತಿಸುವ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ದೊರಕುವ ಬೆಲೆಗಳ ನಡುವಿನ ಅಂತರ. ಈ ಅಂತರ ಹೆಚ್ಚಾದಷ್ಟು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯು ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯ ಸೂಚ್ಯಂಕವು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಪಾವತಿಯಾದ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳ ಅನುಪಾತವಾಗಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂತರಗಳು ಗ್ರಾಹಕ ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ದೊರೆತ ಬೆಲೆಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸ. ಆದ್ದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕ ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯ ಬಹುಪಾಲು ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ದೊರೆತರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಚು ಕಡಿಮೆಯಿರುತ್ತದೆ. ಹಾಗೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯ ಸೂಚ್ಯಂಕ ಅಧಿಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಸದೃಢ ಹಾಗೂ ದಕ್ಷತೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಗ್ರಾಹಕ ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯ ಬಹುಪಾಲನ್ನು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ನೀಡಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುತ್ತದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಚು ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿರುವ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಪಾತ್ರವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿರುವ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕಾರ್ಯಗಳು, ಸಾಗಾಟ, ಸಂಸ್ಕರಣೆ, ವರ್ಗೀಕರಣ ಮುಂತಾದುವುಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಚುಗಳನ್ನು ಅಧಿಕಗೊಳಿಸುತ್ತವೆ. ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯ ಅಲ್ಪಪ್ರಮಾಣವಷ್ಟೇ ಸಂದಾಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಬೆಳೆಗಾರರ ಶೋಷಣೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಸರಳೀಕರಿಸಬೇಕು. ಬೆಳೆಗಾರರೇ ಸಾಗಾಟ, ವರ್ಗೀಕರಣ, ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮತ್ತು ನೇರ ಮಾರಾಟದಂತಹ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಂಡರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಬಹುದು. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಗತಿ ಬಂಧು ಸ್ವಸಹಾಯ ಸಂಘಗಳ ಇಲ್ಲವೇ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಘಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆ ಅತ್ಯಗತ್ಯ. ಈಗಷ್ಟೇ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘವು ಅಸ್ತಿತ್ವಕ್ಕೆ ಬಂದಿದ್ದು ಇದರ ಸಂಪೂರ್ಣ ರೂಪುರೇಷೆ, ಕಾರ್ಯವ್ಯಾಪ್ತಿ ಮತ್ತು ಇತಿಮಿತಿಗಳ ನಿರ್ಧಾರವಾಗಬೇಕಷ್ಟೆ.

2009–10ರ ವಿವಿಧ ತಿಂಗಳುಗಳಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಐದು ತರಕಾರಿಗಳ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಪಾವತಿಯಾದ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಗಳ ವಿವರ ಈ ಕೆಳಗಿನಂತಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 5.2

2009–10ರಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಐದು ಮುಖ್ಯ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಮಾಸಿಕ ಏರಿಳಿತ (ಪ್ರತಿ ಕಿಲೋಗೆ)

	ಅಕ್ಟೋಬರ್	ನವೆಂಬರ್	ಡಿಸೆಂಬರ್	ಜನವರಿ	ಫೆಬ್ರವರಿ	ಮಾರ್ಚ್	ಏಪ್ರಿಲ್	ಮೇ	ಜೂನ್	ಜುಲೈ	ಆಗಸ್ಟ್	ಸಪ್ಟೆಂಬರ್	ಸರಾಸರಿ
ಬದನೆಗುಳ್ಳ	35.2	32.3	30.1	26.4	20.3	16.5	18.1	20.8	23.7	27.2	30.7	33.4	26.13
ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ	38.6	41.8	36.4	30.3	28.2	25.6	22.1	25.7	29.6	32.4	34.5	36.2	31.78
ಸೌತೆಕಾಯಿ	18.5	22.0	20.4	18.2	16.10	18.4	20.2	20.5	18.6	16.4	14.0	16.1	18.38
ಬೂದುಕುಂಬಳ	14.2	13.4	14.5	12.7	10.8	9.6	10.7	12.3	14.5	16.8	14.5	12.9	12.89
ಸಿಹಿಗೆಣಸು	13.5	12.8	11.5	10.4	10.0	8.1	8.6	10.5	13.6	16.7	17.2	14.1	12.28

ಮೂಲ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಕಿ ಅಂಶ 2009–10

ಕೋಷ್ಟಕ 5.3

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಐದು ಮುಖ್ಯ ತರಕಾರಿಗಳ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಪಾವತಿಯಾದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಮಾಸಿಕ ಏರಿಳಿತ (2009–10)

	ಅಕ್ಟೋಬರ್	ನವೆಂಬರ್	ಡಿಸೆಂಬರ್	ಜನವರಿ	ಫೆಬ್ರವರಿ	ಮಾರ್ಚ್	ಏಪ್ರಿಲ್	ಮೇ	ಜೂನ್	ಜುಲೈ	ಆಗಸ್ಟ್	ಸಪ್ಟೆಂಬರ್	ಸರಾಸರಿ
ಬದನೆಗುಳ್ಳ	26.0	22.5	21.3	17.2	12.5	8.4	9.2	11.6	14.1	18.0	21.3	24.2	17.21
ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ	27.5	30.2	25.3	19.4	17.0	14.3	12.0	14.1	17.3	22.2	23.5	26.1	20.47
ಸೌತೆಕಾಯಿ	11.4	14.6	13.2	11.0	9.1	10.6	13.4	12.1	10.4	9.8	8.5	9.4	11.68
ಬೂದುಕುಂಬಳ	8.8	8.6	9.2	8.2	6.6	5.8	6.4	7.3	8.6	11.4	9.0	8.3	8.12
ಸಿಹಿಗೆಣಸು	8.4	7.2	6.6	6.4	5.3	4.8	5.7	6.7	7.8	10.4	11.6	10.4	7.56

ಮೂಲ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಕಿ ಅಂಶ 2009–10

ಈ ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕ ವಿವರಿಸುವಂತೆ 2009-10ರ ವಿವಿಧ ತಿಂಗಳುಗಳಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಐದು ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ದೊರೆತ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಲಾಗಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

ಕೋಷ್ಟಕ 5.4

ಫಲಿತಾಂಶಗಳ ಸಾರಾಂಶ

ತರಕಾರಿ	ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ದೊರೆತ ಬೆಲೆ (ಕಿ.ಗ್ರಾಂ)	ಗ್ರಾಹಕ ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆ (ಕಿ.ಗ್ರಾಂ)	ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಅಂಚು	ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯ ಸೂಚಿ	ಉತ್ಪಾದಕರ ಪಾಲು %
ಬದನೆ	17.2	26.1	8.9	1.93	65.9
ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ	20.5	31.8	11.3	1.81	64.4
ಸೌತೆಕಾಯಿ	11.7	18.4	6.7	1.74	63.1
ಕುಂಬಳಕಾಯಿ	8.1	12.9	4.8	1.67	62.7
ಗೆಣಸು	7.6	12.3	4.7	1.61	61.7

ಈ ಮೇಲಿನ ಕೋಷ್ಟಕ ತಿಳಿಸುವಂತೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯು ಬದನೆ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಧಿಕವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಗೆಣಸಿನಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠವಾಗಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದಲೇ ಬೆಳೆಗಾರರ ಪಾಲು ಬದನೆಯಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಧಿಕವಿದ್ದು ಗೆಣಸಿನ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆಯಿದೆ.

5.5.1 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ :

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪೂರ್ವ ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುವ ವಿಚಾರವೆಂದರೆ ನಾಗರಾಜ (1985)ರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವನ್ನು (ಶೇ. 7.63) ಬದನೆ ಬೆಳೆಗಾರರೂ ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವನ್ನು (ಶೇ. 4.01) ಟೊಮೆಟೊ ಬೆಳೆಗಾರರೂ ಭರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನವು ಪ್ರಸ್ತುತ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಭರಿಸುವ ವೆಚ್ಚದೊಂದಿಗೆ ತಾಳೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಬದನೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚು (ಶೇ. 8.9) ಮತ್ತು ಗೆಣಸು ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಅತೀ ಕಡಿಮೆ (ಶೇ. 4.7) ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಭರಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದ ಅಡಕವನ್ನು ಗಮನಿಸುವಾಗ ಪಟೇಲ್ ಮತ್ತು ಇತರರ (1999) ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದ ಬಹುಪಾಲು (ಶೇ. 38) ಏಜೆಂಟರ ಕಮೀಷನ್ ಆಗಿದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಅತಿಬುದ್ಧಿ (1999) ಯವರ ಅಧ್ಯಯನದಂತೆ ಏಜೆಂಟರ ಕಮೀಷನ್ ಶೇ. 42 ಇದ್ದು ಉಳಿದಂತೆ ಸಾರಿಗೆ ವೆಚ್ಚ ಶೇ. 39 ಮತ್ತು ಪೊಟ್ಟಣ ಕಟ್ಟುವ ವೆಚ್ಚ ಶೇ. 4 ಆಗಿದೆ. ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಏಜೆಂಟರ ಅಸ್ತಿತ್ವ ಇರುವಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವು ಕಮೀಷನ್ ಆಗಿದ್ದು (ಶೇ. 37 – ಶೇ. 41) ಉಳಿದಂತೆ ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚವು ಎರಡನೇಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪೊಟ್ಟಣ ಕಟ್ಟುವ ಕಾರಣ ಆ ವೆಚ್ಚವು ಗಮನಾರ್ಹವಾಗಿಲ್ಲ.

ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದ ಕುರಿತಾಗಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯದ ಇತರ ಪ್ರದೇಶದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಬಹಳಷ್ಟು ಸಾಮ್ಯತೆ ಇರುವುದು ಗಮನಾರ್ಹ ವಿಚಾರ.

5.5.2 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ :

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ನಡೆಸಿದ ಪೂರ್ವ ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಸ್ತುತವಾದ ಅಧ್ಯಯನವೆಂದರೆ ಚೋಲೆ, ತಾಲತ್ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಕ್ (2003) ಇವರದಾಗಿದೆ. ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರದ ಬದನೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ ಮೂರು ವಿಧದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯ ಸೂಚ್ಯಂಕವು ಕ್ರಮವಾಗಿ 2.25, 1.37 ಮತ್ತು 1.13 ಇದೆ. ಇದು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಫಲಿತಾಂಶಕ್ಕೆ ಸನಿಹದಲ್ಲಿದೆ.

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯ ಸೂಚ್ಯಂಕವು ಗೆಣಸಿನ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಅತೀ ಕಡಿಮೆ (1.61) ಇದ್ದು ಉಳಿದಂತೆ ಸೌತೆಕಾಯಿ, ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ ಮತ್ತು ಬದನೆಗಳ ವಿಷಯಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ 1.74, 1.81 ಮತ್ತು 1.93 ಆಗಿದೆ. ಇದರಿಂದ ವ್ಯಕ್ತವಾಗುವ ಅಂಶವೆಂದರೆ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿ ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳ ಬದನೆಗೆ ಅದರದ್ದೇ ಆದ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯವಿದ್ದು ಸದಾಕಾಲ ಉತ್ತಮ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂತರವು ಇತರ ತರಕಾರಿಗಳಿಗಿಂತ ಭಿನ್ನವಾಗಿದ್ದು ಗುಳ್ಳ ಬೆಳೆಗಾರರು ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಧಿಕ ಪಾಲನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಕೃಷಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಯು ವಿಶಿಷ್ಟ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ.

5.5.3 ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರ / ಬೆಳೆಗಾರರ ಪಾಲಿನ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ :

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂತರ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವಾಗ ಕಂಡು ಬರುವ ಅಂಶಗಳೆಂದರೆ ಇದು ತರಕಾರಿಯಿಂದ ತರಕಾರಿಗೆ ವ್ಯತ್ಯಸ್ಥವಾಗಿದೆ. ಈ ಹಿಂದೆ ನಡೆಯಲಾದ ಅಧ್ಯಯನಗಳ ಫಲಿತಾಂಶದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಧ್ಯಯನದ ಫಲಿತವನ್ನು ಹೀಗೆ ಹೋಲಿಸಬಹುದು.

ಕರಿಸೋಮನ ಗೌಡರ್ (1990) ಅವರ ಅಧ್ಯಯನದಂತೆ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಕಲೆಯನ್ನು ಅವಲಂಭಿಸಿದೆ. ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯ ಶೇ. 43.26 ರಿಂದ ಶೇ. 64.36ರ ಮಧ್ಯೆ ಹರಡಿಕೊಂಡಿದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ (ಗದಗ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ). ಹುಬ್ಬಳ್ಳಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಶೇ. 43.5 ರಿಂದ ಶೇ. 63.28ರ ನಡುವೆ ಹರಡಿಕೊಂಡಿದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

ಚೌಹಾಣ್ (1998)ರ ಅಧ್ಯಯನದಂತೆ ಉತ್ತರ ಪ್ರದೇಶದ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ನೇರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯ ಶೇ. 90ರಿಂದ ಶೇ. 94ರ ವರೆಗೆ ಪಾವತಿಯಾಗುತ್ತಿದೆ, ಆದರೆ ಪರೋಕ್ಷ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಶೇ. 60ರಿಂದ ಶೇ. 63ರ ವರೆಗೆ ಇದೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡುತ್ತಾರೆ.

ಅಗರ್‌ವಾಲ್ (1999)ರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಂತೆ ರಾಜಸ್ಥಾನದ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಟೊಮೆಟೋ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಎರಡು ರೀತಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳಿದ್ದು ಅವುಗಳಲ್ಲಿನ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ. 79.96 ಮತ್ತು ಶೇ. 47.61 ಆಗಿದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.

ಈ ಮೇಲಿನ ಅಧ್ಯಯನಗಳೊಂದಿಗೆ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವನ್ನು ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಸಾಮ್ಯತೆ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ವಿವಿಧ ತರಕಾರಿಗಳ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಬೇರೆ ಬೇರೆಯಾಗಿದ್ದು ಬದನೆಗೆ ಗರಿಷ್ಠ (ಶೇ. 65.9) ಮತ್ತು ಗೆಣಸಿಗೆ ಕನಿಷ್ಠ (ಶೇ. 61.7) ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ.

ಆದರೆ ದುರ್ಗಾ (1999) ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಲ್ಲಿ ವಿಶಾಖಪಟ್ಟಣದ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಬಟಾಟೆಗೆ ಶೇ. 70.89 ಮತ್ತು ಟೊಮೆಟೋಗೆ ಶೇ. 89 ಇದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಇದು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಧ್ಯಯನದ ಫಲಿತಕ್ಕಿಂತ ಭಿನ್ನವಾಗಿದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಚೋಲೆ, ತಾಲತ್ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಕ್ (2003) ಅವರ ಸಂಶೋಧನೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಬದನೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ಶೇ. 53.14 ರಿಂದ ಶೇ. 68.28ರ ನಡುವೆ ಇದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಇದು ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಧ್ಯಯನದ ಫಲಿತಾಂಶಕ್ಕೆ ಸಮೀಪದಲ್ಲಿದೆ.

5.6 ಮುಕ್ತಾಯ :

ಐದನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯಗಳ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ದೊರೆತ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ಉಪಕರಣಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಹೀಗೆ ದೊರೆತ ಫಲಿತಾಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಲೋಪದೋಷಗಳಿದ್ದು ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ನೈಜ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ದೊರಕುತ್ತಿಲ್ಲ. ಈ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ನಿರತವಾದ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಗಳು ಇಳಿಕೆಗೊಂಡಿವೆ. ಆದರೂ ಬದನೆ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ ಇತ್ತೀಚೆಗಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆಗೊಂಡಿವೆ. ಹೀಗಾಗಲು ಬದನೆ ಬೆಳೆಯ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಬೀಜ ಹಾಗೂ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ವಿಧಾನಗಳೇ ಕಾರಣ. ಆದ್ದರಿಂದ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಇತರ ಪ್ರದೇಶಗಳ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಈ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿದರೆ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆ ಪ್ರಗತಿಗೊಳ್ಳಬಹುದು. ಹೀಗಿದ್ದರೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ಸರಕಾರ ಅಥವಾ ಸರಕಾರೇತರ ಸಂಘ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಗೆ ಇದು ಸಕಾಲ.

ಗ್ರಂಥ ಋಣ

1. ಮಹಾದೇವ ಎಂ ನಿಂಬರಗಿ. 2008, 'ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ' ಎಂ.ಫಿಲ್ ಪ್ರಬಂಧ, ಬಿ.ಆರ್ ವರೂರ ಸಂಶೋಧನಾ ಕೇಂದ್ರ ಹಾರೋಗೇರಿ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ.
2. AGAWAL N L 1999, Marketing Costs, Margin, and Price Spread for Agricultural Commodities in Rajasthan. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 12(3):122-132.
3. ATIBUDHI, H. H., 1999, Marketing Finance for Vegetable Crops with Special Reference to Marginal and Small Farmers in Cuttack District, Orissa. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2) : 98-101.
4. BALAPPA S.R. AND HUGAS L.B., 2003, An Economic Evaluation of Onion Production and its Marketing System in Karnataka, *Indian Journal of Agricultural Marketing. 46(2): 22-26.*
5. BIRARI K.S., D.S., NAVADKAR AND J.T. DORGE., 2004 Marketing Efficiency of Cole Vegetables in Western Maharastra, *Indian Journal of Agricultural Marketing* , 24(3) : 23-28.
6. CHAUHAN, R.S., SINGH, J.N. AND THAKUR, D.R., 1998, Producers Share in Vegetables in Azomgarh District of Uttar Pradesh. *Indian Journal of Agricultural Marketing.* 12(3) : 104-105.
7. CHOLE V.M., TALATH J.M., AND NAIK V.G., 2003, Price Spread in Marketing of Brinjal in Maharastra state, *Indian Journal of Agricultural Marketing* 46(2) : 5-8
8. DURGA, C., 1999, Public Intervention in the Marketing of Vegetables : The Case Study of Rytu Bazaar in Vishakhapatnam. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2) : 137-143.
9. KARISOMANAGOUDAR, R.S., 1990, Economics of Production and Marketing of Rain fed Onion in Gadag Taluk of Dharwad District. *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Bangalore.

10. KAUL GL. 1997, Horticulture In India, Production, Marketing and Processing *Indiana Journal of Agricultural Economics.*

11. KIRESUR, V.R., 1987, An Economic Analysis of Marketing of Vegetables in Dharwad and Hubli Markets - *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

12. MANGALA K.P., AND CHENGAPPA P.G., 2008 A Novel Agribusiness Model for Backward Linkages with Farmers. A Case Study of Food Retail Change, *Agricultural Economics Research Review. Vol. 21.*

13. MENDONZA G, 1995, A Primer on Marketing Channels and Margins, Lynn Reinner Publishers, London

14. MURTHY NARASIMHA, 1988, Regulated Markets in Rural Economy, Ajantha Publishing Company, Delhi.

15. MOTI JALETA, 2007, Econometric Analysis of Horticultural Production and Marketing in Ethiopia, Ph.D., Thesis. Wageningen University, Netherland.

16. NAGARAJ, N., CHANDRAKANTH, M.G., AND RAMANNA R., 1985, Market Appraisal for a few Fruits and Vegetables, *Indian Journal of Marketing* 16(4) : 13-19

17. PATEL, D.A, PATEL, A.JH. AND ANTANI, K.L., 1999, Marketing of Cabbage and Cauliflower Grown in Baskantha District of North Gujarath. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2) : 34-35.

18. SCOTT G.J., 1995, Prices, Products and People : Analysing Agricultural Markets in Developing Countries, Lynne Reinner Publisher, London

19. SHARMA KESHAV, 1991 Marketing Management of Horticultural Produce, Deep & Deep Publisher, New Delhi

20. SINGH MAHESH KUMAR, Et Al, 1985, Price Spread of Vegetable Marketing, *Indian Journal of Agricultural Economics, 40(3)*

21. SUBBANARASAIAH N, 1991, Marketing of Horticultural Crop In India, Anmol Publishing Co., Delhi

ಆರನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಸಾರಾಂಶ ಮತ್ತು ನೀತಿನಿರೂಪಣೆ

ಆರನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಸಾರಾಂಶ ಮತ್ತು ನೀತಿ ನಿರೂಪಣೆ

ಆರನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯವು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆ ಎಂಬ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧ ಪಟ್ಟಂತೆ ನಡೆಸಿದ ಅಧ್ಯಯನದ ಸಾರಾಂಶ ಮತ್ತು ನೀತಿ ನಿರೂಪಣೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಆನುಷಂಗಿಕ ವಿಧಾನ ಮತ್ತು ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆಯ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರದ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ ಪಡೆದ ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು ವಿಮರ್ಶಿಸಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಮಸ್ಯೆಗೆ ಪರಿಹಾರ ರೂಪವಾಗಿ ನೀತಿ ನಿರೂಪಣೆಯನ್ನು ನೀಡುವ ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ತರಕಾರಿಗಳು ನಮ್ಮ ದೈನಂದಿನ ಆಹಾರಾಭ್ಯಾಸದ ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಮತ್ತು ಅನಿವಾರ್ಯ ಅಂಗವಾಗಿದ್ದು ಪ್ರೊಟೀನ್, ವಿಟಮಿನ್, ಖನಿಜ ಮತ್ತು ನೀರಿನಂಶಗಳಿಂದ ಸಮೃದ್ಧವಾಗಿವೆ. ಸ್ವತಂತ್ರ ಭಾರತದ ಮಹತ್ವಾಕಾಂಕ್ಷೆ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ 'ಆಹಾರದಲ್ಲಿ ಸ್ವಾವಲಂಬನೆ'ಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಸಮತೋಲನ ಮತ್ತು ಸಂತುಲಿತ ಆಹಾರ ತೀರಾ ಅವಶ್ಯಕ. ಅಪೌಷ್ಟಿಕತೆಯಿಂದ ಬಳಲುತ್ತಿರುವ ದೇಶದ ಜನರಿಗೆ ಸಮಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳ ಸೇವನೆ ಅತೀ ಅಗತ್ಯ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಆಧ್ಯತೆ ಲಭಿಸಿದಂತೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ಬದಲಾವಣೆಯಾಗಬೇಕಿದೆ. ಹಸಿರು ಕ್ರಾಂತಿಯು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಕ್ರಾಂತಿಕಾರಿ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ಮಾಡಿತಾದರೂ ಇದೇ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ತಾಂತ್ರಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಬದಲಾವಣೆಯು ನಡೆದಿರದ ಕಾರಣ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಪ್ರಗತಿಯು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಮಟ್ಟವನ್ನು ತಲುಪಿಲ್ಲ. ಇದೇ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವಾಗ ಚಿನ್ನದ ಕ್ರಾಂತಿಯು (ವರ್ಮುಡಿ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ 2001) ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಗಳಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆಯನ್ನುಂಟು ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ದಕ್ಷ ಮರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಅನಿವಾರ್ಯತೆ ಇದೆ. ಸಶಕ್ತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಗುಣಮಟ್ಟದ ತಾಜಾ ತರಕಾರಿಗಳು ಯೋಗ್ಯ ಬೆಲೆಗೆ ದೊರಕಿಸಿ ಕೊಡುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆ ಎಂಬ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಿ, ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆ ನಡೆಸಿ, ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಕಲೆಹಾಕಿ, ವಿಮರ್ಶಿಸಿ ಪಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

6.1 ಅಧ್ಯಯನದ ವಿಧಾನ :

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಅರಿತುಕೊಳ್ಳಲು ಉಡುಪಿ, ಕುಂದಾಪುರ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಕಳ ತಾಲೂಕುಗಳ 250 ಮಂದಿ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಲಾಗಿದೆ. ಮೊದಲೇ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿಕೊಂಡ ವಿಸ್ತೃತ ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿಯ ಮೂಲಕ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ. ಹಾಗೆಯೇ

ಜಿಲ್ಲೆಯ 10 ಮಂದಿ ತರಕಾರಿ ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಮತ್ತು 110 ಮಂದಿ ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವಿಮರ್ಶಿಸಿ ದತ್ತಾಂಶಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ತರಕಾರಿಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಬೆಲೆ ಅಂತರ, ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ, ಗ್ರಾಹಕರ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ದೊರಕುವ ಪಾಲು, ಉತ್ಪಾದನೆ, ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಮತ್ತು ವಿಸ್ತೀರ್ಣಗಳಲ್ಲಿ 2000–2001 ರಿಂದ 2008–2009ರ ವರೆಗೆ ಆದ ಬದಲಾವಣೆ ಮುಂತಾದುವುಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿ, ಜಿಲ್ಲಾ ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ ಮತ್ತು ಜಿಲ್ಲಾ ಅಂಕಿ–ಅಂಶ ಇಲಾಖೆಗಳಿಂದ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ, ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ ಪಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಈ ದತ್ತಾಂಶಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ನೀತಿ ನಿರೂಪಣೆಯ ಶಿಫಾರಸುಗಳನ್ನು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ಪ್ರಥಮ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ವಿಷಯದ ಪ್ರಸ್ತಾವನೆ, ಸಮಸ್ಯೆಯ ವಿಷದೀಕರಣ, ಸೈದ್ಧಾಂತಿಕ ಹಿನ್ನಲೆ, ಅಧ್ಯಯನದ ಅಗತ್ಯ, ವ್ಯಾಪ್ತಿ, ವಿಧಾನ, ಅವಧಿ, ಉದ್ದೇಶ, ಪೂರ್ವಕಲ್ಪನೆಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಬಂಧದ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಎರಡನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಆಧ್ಯಯನದ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಈಗಾಗಲೇ ನಡೆದಿರುವ ಅಧ್ಯಯನಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಕಟಗೊಂಡಿರುವ ಗ್ರಂಥಗಳ ಸಮೀಕ್ಷೆ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಭಾರತದ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಅಧ್ಯಯನಗಳು ನಡೆದಿವೆ. ಕೃಷಿ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯಗಳು ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಸಂಶೋಧನ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ನಿರತವಾಗಿವೆ. ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ, ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಬಳಕೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನ ಮತ್ತು ಇವುಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಕುರಿತಾಗಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಅಧ್ಯಯನಗಳು ನಡೆದಿವೆ. ಆದರೆ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ನಡೆದ ಅಧ್ಯಯನಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಕಡಿಮೆ. ಈ ಎಲ್ಲ ಸಂಶೋಧನೆಗಳಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಎಂಬ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಅಧ್ಯಯನಗಳ ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ವಿಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಸಲಾಗಿದೆ.

2.1 ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಗಳಿಕೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಅಧ್ಯಯನಗಳು.

2.2 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಚು ಮತ್ತು ವೆಚ್ಚಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಅಧ್ಯಯನಗಳು.

2.3 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕ, ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ಸಂಬಂಧದ ಕುರಿತಾದ ಅಧ್ಯಯನಗಳು.

2.4 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಗ್ರತೆ ಕುರಿತಾದ ಅಧ್ಯಯನಗಳು

2.5 ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ನಡೆದ ಅಧ್ಯಯನಗಳು.

ಮೂರನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಮಹತ್ವ ಮತ್ತು ಪಾತ್ರವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಜಾಗತಿಕ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಸ್ಥಾನಮಾನ, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ರಾಜ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಭಾರತದ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳ ವಿವರಗಳನ್ನು ಈ ಅಧ್ಯಾಯವು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಭಾರತದ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಗಳ ಇತ್ತೀಚಿಗಿನ ಹತ್ತು ವರ್ಷಗಳ ಅಂದರೆ 2000–01 ರಿಂದ 2009–10ರ ವರೆಗಿನ ಗತಿಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ.

ನಾಲ್ಕನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಹಿನ್ನೆಲೆ, ಕರ್ನಾಟಕ ಮತ್ತು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಗಳ ಅರ್ಥ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳು, ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯ ಗತಿಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಅರ್ಥ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು, ವಿಶಿಷ್ಟವೂ, ಸಂಕೀರ್ಣವೂ ಆಗಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಇಳಿಕೆಯಾಗುತ್ತಿರುವುದು ಒಂದೆಡೆಯಾದರೆ, ಸ್ಥಳೀಯ ತರಕಾರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯು ಇನ್ನೊಂದೆಡೆಯಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಸಂದಿಗ್ಧ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಆದಾಯ ಸಿಗದೆ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗೆ ನೈಜ ಉತ್ತೇಜನ ದೊರಕುತ್ತಿಲ್ಲ. ಅಸಂಘಟಿತ, ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರ ಮತ್ತು ಭೂ ರಹಿತ ಕೃಷಿಕರ ಆರ್ಥಿಕ ಹಿತ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ತರಕಾರಿ ಅರ್ಥ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಆಮೂಲಾಗ್ರ ಬದಲಾವಣೆಯ ಅಗತ್ಯ ಹಿಂದೆಂದಿಗಿಂತಲೂ ಈಗ ಹೆಚ್ಚಿದೆ. ಈ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ವಿಶಿಷ್ಟ ಬೆಳೆಯಾದ ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳ ಎಂಬ ಬದನೆ ಬೆಳೆಯ ಕುರಿತು ವಿಶೇಷ ಗಮನ ಹರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳ ಬದನೆ ಬೆಳೆಯ ಸಾಮಾಜಿಕ ಹಿನ್ನಲೆ, ಮೌಖಿಕ ಐತಿಹ್ಯ, ಆರ್ಥಿಕ ಆಯಾಮ, ಉತ್ಪಾದನೆಯ ವಿಧಾನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಕುರಿತಾಗಿ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

ಐದನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯ ನಡೆಸಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ. ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಸುಮಾರು 450 ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಪೈಕಿ 250 ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಿ, ಮೊದಲೇ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿಗಳನ್ನು ನೀಡಿ, ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಅಂತೆಯೇ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಕುರಿತಾಗಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಸುಮಾರು 20 ಮಂದಿ ತರಕಾರಿ ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಆಯ್ದ 10 ಮಂದಿ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಹಾಗೂ ಸುಮಾರು 230 ಮಂದಿ ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ 110 ಮಂದಿ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳನ್ನು

ಸಂದರ್ಶಿಸಿ, ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ಉಪಕರಣಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ಆರನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ಅಧ್ಯಯನದ ಸಾರಾಂಶ ಮತ್ತು ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಕುರಿತು ವಿವೇಚನೆ ಹಾಗೂ ನೀತಿ ನಿರೂಪಣೆಯ ಸಲಹೆ ಸೂಚನೆಗಳಿವೆ.

6.2 ಅಧ್ಯಯನದ ಫಲಿತಾಂಶ :

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಸಂಕೀರ್ಣವೂ ಸಂದಿಗ್ಧವೂ ಆಗಿದೆ. ಅಧ್ಯಯನದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯ ನಡೆಸಿ ಮತ್ತು ಅನುಷಂಗಿಕ ವಿಧಾನದಿಂದಲೂ, ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷ ಮತ್ತು ಪರೋಕ್ಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ, ಸರಕಾರಿ ಇಲಾಖೆಗಳಿಂದ ಮತ್ತು ಇಲಾಖೇತರ ಮೂಲಗಳಿಂದ ಹಾಗೂ ಪ್ರಕಟಿತ ಮತ್ತು ಅಪ್ರಕಟಿತ ವರದಿಗಳ ಮೂಲಕ ಸಂಗ್ರಹಿಸದ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಲಾಗಿದೆ.

1. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣವು ಮೇಲ್ನೋಟಕ್ಕೆ ಏರಿಳಿಕೆಯಾಗಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿದ್ದರೂ, ಇದು ಅಧ್ಯಯನದ ಅವಧಿಯ ಪೂರ್ವಾರ್ಧಕ್ಕೆ ಮಾತ್ರ ಮೀಸಲಾಗಿದ್ದು ಉತ್ತರಾರ್ಧದಲ್ಲಿ ನಿರಂತರ ಇಳಿಕೆಯನ್ನು ಕಂಡಿದೆ. ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯ ಸಂಯುಕ್ತ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿದೆ. (ಶೇ.–9.4) ಈ ಇಳಿಕೆಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅನಿಶ್ಚಿತತೆ ಮತ್ತು ಅನಿಯಮಿತತೆಗಳೇ ಪ್ರಮುಖ ಕಾರಣವೆಂಬುದು ವೇದ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

2. ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣದಲ್ಲಿ ಇಳಿಕೆಯಾದ ಕಾರಣ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಪ್ರಮಾಣವೂ ಅಧ್ಯಯನದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಇಳಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿದೆ. (ಶೇ.–5.1). ಆದರೆ ಭೂ ವಿಸ್ತೀರ್ಣದ ಇಳಿಕೆಯ ಗತಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಾದ ಇಳಿಕೆಯ ಗತಿಯು ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದೆ. ಅಧ್ಯಯನದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಭೂಮಿಗಳ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯಲ್ಲಾದ ಗಮನಾರ್ಹ ಹೆಚ್ಚಳವು ಇದಕ್ಕೆ ಮೂಲವಾಗಿದೆ. ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯ ಪ್ರಗತಿ ದರವು ಶೇ. 4.8 ಆಗಿದೆ.

3. ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣದಲ್ಲಿ ಇಳಿಕೆಯಾದರೂ ಬದನೆ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಭೂಪ್ರದೇಶವು ಮಂದಗತಿಯಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ಇದೇ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಇತರ ತರಕಾರಿಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ನಿರತವಾದ ಭೂವ್ಯಾಪ್ತಿಯು ಇಳಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಬದನೆ ಬೆಳೆಯು ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಶಸ್ತವಾದುದು ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

4. ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಬೆಲೆಯು ತೀವ್ರ ಏರಿಳಿಕೆಯನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದೆ. ಫಸಲಿನ ಆರಂಭದ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿದ್ದ ಬೆಲೆಯು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆವಕ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ಇಳಿಕೆಯಾಗಿ ಮುಂದಿನ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಪುನಃ ಪೂರೈಕೆಯು ಕಡಿಮೆಯಾಗಿ ಬೆಲೆ ಏರಿಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ.

ಆದ್ದರಿಂದ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಬೆಲೆ ನಿಗದಿಯು ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರದ ನಿಯಮಗಳಿಗನುಸಾರವಾಗಿ ಅಂದರೆ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲೇ ನಡೆಯುತ್ತದೆ.

5. ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಬೆಲೆ ವಿಸ್ತಾರವು ವಿವಿಧ ತರಕಾರಿಗಳ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ವ್ಯತ್ಯಸ್ತವಾಗಿದ್ದು ಬದನೆ ಬೆಳೆಯನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಇತರ ತರಕಾರಿಗಳ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಇದು ಅಧಿಕವಾಗಿದೆ. ಬದನೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಇತರ ತರಕಾರಿಗಳಿಗಿಂತ ಅಧಿಕ ಪಾವತಿಯಾಗುವ ಕಾರಣ ಬದನೆ ಬೆಳೆಗೆ ಉತ್ತೇಜನ ದೊರತಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

6. ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಮೂರು ವಿಧದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೃಂಖಲೆಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಬಹುದು–ಅವುಗಳೆಂದರೆ

1. ಉತ್ಪಾದಕ–ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಏಜೆಂಟ್–ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ–ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ–ಗ್ರಾಹಕ
3. ಉತ್ಪಾದಕ–ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ–ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ–ಗ್ರಾಹಕ
3. ಉತ್ಪಾದಕ–ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ–ಗ್ರಾಹಕ

7. ಈ ಮೇಲಿನ ಮೂರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೃಂಖಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾಗುವ ತರಕಾರಿಗಳ ಶೇಕಡಾವಾರು ಪ್ರಮಾಣವು ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ.88, ಶೇ.9 ಮತ್ತು ಶೇ.3 ಆಗಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಏಜೆಂಟ್ ಅಥವಾ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಹಿಡಿತ ಬಲಿಷ್ಠವಾಗಿದೆ.

8. ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂತರದ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಪಾಲಾಗುವುದು ಶೇ.61ರಿಂದ ಶೇ.66. ಇದು ತರಕಾರಿಯಿಂದ ತರಕಾರಿಗೆ ವ್ಯತ್ಯಸ್ತವಾಗಿದೆ. ಸಿಹಿಗೆಣಸಿನ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಅತಿ ಕಡಿಮೆ (ಶೇ.61) ಮತ್ತು ಬದನೆ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಪಾಲು ಅಧಿಕವಾಗಿದೆ. (ಶೇ.66)

9. ಪ್ರಮುಖ ಐದು ತರಕಾರಿಗಳ (ಬದನೆ, ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ, ಕುಂಬಳಕಾಯಿ, ಸೌತೆಕಾಯಿ ಮತ್ತು ಸಿಹಿಗೆಣಸು) ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂಚು ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯ ಶೇ.34 ರಿಂದ ಶೇ.38 ರಷ್ಟಾಗಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚವು ಸಿಹಿಗೆಣಸಿನ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ಶೇ. 38 ಆಗಿದ್ದರೆ ಬದನೆ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ಅದು ಶೇ.34. ಬದನೆ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿರುವ ಕಡಿಮೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚದಿಂದಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂತಿಮ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಪಾಲು ಇತರ ತರಕಾರಿಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿದೆ.

10. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯು ವಿವಿಧ ತರಕಾರಿಗಳ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಬೇರೆ ಬೇರೆಯಾಗಿದೆ. ಅತ್ಯಂತ ಕಡಿಮೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆ ಸೂಚ್ಯಂಕವು ಸಿಹಿಗೆಣಸಿನ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ದಾಖಲಾಗಿದ್ದರೆ (1.61), ಬದನೆ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ಇದೇ ಸೂಚ್ಯಂಕವು 1.93 ಆಗಿದೆ.

6.3 ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಅರ್ಥ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು :

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಎಂಬ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ನಡೆಸಿದ ಅಧ್ಯಯನದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯು ಹತ್ತು ಹಲವು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಈ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎರಡು ವಿಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ಅಂದರೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುವ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೋತ್ತರ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಎಂಬುದಾಗಿ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಬಹುದು.

6.3.1 ತರಕಾರಿ ಅರ್ಥ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಹಂತದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು :

ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಣ್ಣು ಹದ ಮಾಡಿ, ಬೀಜ ಸಂಸ್ಕರಿಸಿ, ಸಸಿ ನಾಟಿ ಮಾಡಿದಂದಿನಿಂದ ತರಕಾರಿಯ ಕಟಾವಿನವರೆಗಿನ ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾದುವುಗಳೆಂದರೆ –

1. ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯ ಅಲಭ್ಯತೆ :

ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಹುತೇಕ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಭೂ ರಹಿತರು ಇಲ್ಲವೇ ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರು. ಹೆಚ್ಚಿನವರು (ಶೇ. 84) ಇತರ ಭೂಮಿಗಳನ್ನು ಗೇಣಿಗೆ ಪಡೆದುಕೊಂಡು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಾರೆ. ಯೋಗ್ಯ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯ ಅಲಭ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಭೂ ಒಡೆತನ ಇಲ್ಲದಿರುವುದು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಹಿನ್ನಡೆಯಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿದೆ.

2. ಬೀಜ ತಾಂತ್ರಿಕತೆ :

ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಬೀಜ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ, ಸಂಸ್ಕರಿಸಿ, ಸಸಿ ನಾಟಿ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಆಧುನಿಕ ರೀತಿಯ ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಬೀಜ ಸಂಸ್ಕಾರ ಇನ್ನೂ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಮೇಲ್ನೋಟಕ್ಕೆ ಇದೊಂದು ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಯಾಗಿ ಕಂಡು ಬರದಿದ್ದರೂ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯ ಏರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಇದು ಅಡ್ಡಿಯಾಗಿದೆ.

3. ಸಸ್ಯ ರೋಗಗಳು :

ತರಕಾರಿ ಗಿಡಗಳನ್ನು ಕಾಡುವ ಹಲವು ರೋಗಗಳಿಂದಾಗಿ ಎಲೆ ಮುರುಟುಗೊಂಡು ಹೂ ಬಿದ್ದುಹೋಗಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಕುಂಠಿತಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಕಾಂಡ ಶುಷ್ಕ ರೋಗ, ಬೆಂಕಿರೋಗ, ಎಲೆ ಮುರುಟು ರೋಗ ಮುಂತಾದುವು ತರಕಾರಿ ಗಿಡಗಳನ್ನು ಬಾಧಿಸುವ ಪ್ರಮುಖ ರೋಗಗಳು.

4. ಕ್ರಿಮಿ ಕೀಟಗಳ ಹಾವಳಿ :

ಸಸ್ಯ ರೋಗಕ್ಕಿಂತಲೂ ಮಿಗಿಲಾದ ಸಮಸ್ಯೆಯೆಂದರೆ ಕ್ರಿಮಿ ಕೀಟಗಳಿಂದಾಗುವ ತೊಂದರೆಗಳು. ಕಾಂಡ ಕೊರೆಯುವ ಹುಳು, ಎಲೆ ತಿನ್ನುವ ಹುಳು ಮತ್ತು ಹಣ್ಣು ಮತ್ತು ಬೇರುಗಳನ್ನು ಕೊರೆಯುವ ಹುಳಗಳು ಸಸ್ಯ ನಾಶಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ನಾಶವಾಗುತ್ತದೆ.

5. ರೋಗ ನಿರೋಧಕ ತಳಿಗಳ ಕೊರತೆ :

ಕೃಷಿ ತಾಂತ್ರಿಕತೆ ಮತ್ತು ಇಳುವರಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಗತಿಯಾಗುತ್ತಿದ್ದರೂ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ರೋಗ ನೀರೋಧಕ ತಳಿಗಳ ಬಳಕೆ ಇಲ್ಲವೇ ಇಲ್ಲ ಎನ್ನುವಷ್ಟು ಕಡಿಮೆ ಇದೆ. ಅಧಿಕ ಇಳುವರಿ ನೀಡುವ ರೋಗ ನಿರೋಧಕ ಶಕ್ತಿ ಹೊಂದಿದ ಹೊಸ ತಳಿಗಳ ವ್ಯಾಪಕ ಬಳಕೆಗೆ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಅವಕಾಶಗಳಿವೆ.

6. ಹವಾಮಾನ ವೈಪರೀತ್ಯ :

ಅಕಾಲಿಕ ಮಳೆ, ನದೀ ಪಾತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ನೆರೆ ಮತ್ತು ವಾತಾವರಣದ ತೀವ್ರ ಬದಲಾವಣೆಯಿಂದಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯು ಸಂಧಿಗ್ಧತೆಯನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದೆ. ಹವಾಮಾನ ವೈಪರೀತ್ಯಗಳನ್ನು ತಾಳಿಕೊಳ್ಳುವ ತಳಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಂರಕ್ಷಿತ ಬೆಳೆ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಬಳಸಬಹುದಾದ ತಳಿಗಳನ್ನು ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಉಪಯೋಗಿಸಲು ಆಸಕ್ತಿ ತೋರುತ್ತಿಲ್ಲ.

7. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಕೊರತೆ :

ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಸುಧಾರಿತ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಬಳಕೆಗೆ ತಮ್ಮನ್ನು ತಾವು ಇನ್ನೂ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿಲ್ಲ. ಕೃಷಿ ವಿಧಾನ ಮತ್ತು ಸಸ್ಯ ತಾಂತ್ರಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಗತಿ ಸಾಧಿಸಲಾಗಿದ್ದರೂ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಬಹುತೇಕ ಬೆಳೆಗಾರರು ಭೂ ರಹಿತರು ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಹಿಂದುಳಿದವರಾದ ಕಾರಣ ದುಬಾರಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಬಳಕೆಯು ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಆಗುತ್ತಿಲ್ಲ.

8. ಸಸ್ಯ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ವಿಧಾನಗಳು :

ವಿಶೇಷ ರೀತಿಯ ಸಸ್ಯ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ವಿಧಾನಗಳ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತೀವ್ರವಾಗಿ ಬದಲಾಗುವ ಹವಾಮಾನದಿಂದಾಗಿ ರೈತರು ಸುರಕ್ಷಿತ ಕೃಷಿ ವಿಧಾನದ ಬಗ್ಗೆ ಯೋಚಿಸಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ.

9. ನೀರಾವರಿ ಸಮಸ್ಯೆ :

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯು ಕರಾವಳಿ ತೀರದಲ್ಲಿದ್ದರೂ, ಹಲವಾರು ನದಿ ತೊರೆಗಳು ಹರಿಯುತ್ತಿದ್ದರೂ, ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ನೀರಿನ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಜನವರಿ ತಿಂಗಳ ನಂತರ ನೀರಿನ ಕೊರತೆ ರೈತರನ್ನು ತೀವ್ರವಾಗಿ ಕಾಡುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಗುತ್ತಿಗೆ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುವ ರೈತರು ಇನ್ನಷ್ಟು ತೊಂದರೆಗಳನ್ನು ಅನುಭವಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

10. ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಕೊರತೆ :

ಕರಾವಳಿ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಕಾಡುತ್ತಿರುವ ಗಂಭೀರ ಸಮಸ್ಯೆ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಕೊರತೆ. ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಶಿಕ್ಷಣದ ಪ್ರಸರಣದಿಂದಾಗಿ ಮತ್ತು ಕುಟುಂಬ ಯೋಜನೆಯಿಂದಾಗಿ

ಕೃಷಿವಲಯದಲ್ಲಿ ಜನನ ಪ್ರಮಾಣ ಇಳಿಕೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಶಿಕ್ಷಣ ಪಡೆದವರಿಗೆ ಶ್ರಮದಾಯಕ ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಒಲವು ಇಲ್ಲದಿರುವ ಕಾರಣ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರವು ಈಗ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿವೆ. ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಗೆ ಮಾನವ ಶ್ರಮವು ಪ್ರಾರಂಭದಿಂದ ಅಂತಿಮ ಹಂತದವರೆಗೂ ಅವಶ್ಯವಿರುವುದರಿಂದ ತೀವ್ರ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದೆ.

11. ಸಾಲ ಸೌಲಭ್ಯದ ಕೊರತೆ :

ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಬಹುವಾಗಿ ಭೂರಹಿತರು ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ದುರ್ಬಲರು. ಹಾಗಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುವ ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಹಣಕಾಸಿನ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇವರ ಹಣಕಾಸಿನ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ಯಾವುದೇ ಸಂಘಟಿತ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತಯಾರಿಲ್ಲದ ಕಾರಣ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಇಲ್ಲವೇ ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರುಗಳಿಂದ ಮುಂಗಡ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಸಾಲವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇದು ರೈತರ ಶೋಷಣೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಸ್ವಸಹಾಯ ಸಂಘಟನೆಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮಾಭಿವೃದ್ಧಿಯೋಜನೆಗಳು ಕಿರು ಸಾಲವನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿರುವ ಕಾರಣ ಬೆಳೆಗಾರರ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಸ್ವಲ್ಪಮಟ್ಟಿಗೆ ಸುಧಾರಿಸಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

12. ರಫ್ತು ವ್ಯಾಪಾರದ ಕೊರತೆ :

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಹೊರಗೆ ತೀವ್ರ ಬೇಡಿಕೆ ಇರುವುದಾದರೂ ರಫ್ತು ವ್ಯಾಪಾರದ ಬಗೆಗೆ ಯಾವುದೇ ಸಂಘಟಿತ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ನಡೆದಿಲ್ಲ ಕೇವಲ ವೈಯಕ್ತಿಕ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ಪ್ರಗತಿಪರ ಕೃಷಿಕರು ಹೊರಜಿಲ್ಲೆ, ಹೊರರಾಜ್ಯ ಮತ್ತು ವಿದೇಶಗಳಿಗೆ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ರಫ್ತು ಮಾಡುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡಿದ್ದಾರಾದರೂ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿಲ್ಲ.

ಹೀಗೆ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ವಿವಿಧ ತೊಂದರೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಕಾರಣ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆ ಬೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಭೂವ್ಯಾಪ್ತಿ ನಿರಂತರ ಇಳಿಕೆಯಾಗಿದೆ.

6.3.2 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಬಂಧಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು :

ತರಕಾರಿಗಳು ಉತ್ಪಾದನೆಗೊಂಡು ಕಟಾವಿನ ನಂತರದ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಹಲವು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿವೆ.

1. ಕೊಯ್ಲಿನ ನಂತರ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಸಮಸ್ಯೆ :

ತರಕಾರಿಗಳ ಕಟಾವಿನ ನಂತರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಾಗಿಸುವವರೆಗಿನ ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಯಾವುದೇ ತರಬೇತಿ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಇದರಿಂದ ಬಹುಪ್ರಮಾಣದ ತರಕಾರಿಗಳು ವ್ಯರ್ಥಗೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ.

2. ವರ್ಗೀಕರಣದ ಬಗ್ಗೆ ಅಸಡ್ಡೆ :

ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಅವುಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟ, ಗಾತ್ರ ಮತ್ತು ತಾಜಾತನದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ವರ್ಗೀಕರಿಸದೇ ಇರುವುದರಿಂದ ಯೋಗ್ಯ ಬೆಲೆಯಿಂದ ವಂಚಿತರಾಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ವರ್ಗೀಕರಣದ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ತರಬೇತಿಯೂ ತಿಳಿವಳಿಕೆಯೂ ಇಲ್ಲದಿರುವುದರಿಂದ ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳಿಂದ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ವಂಚನೆಗೆ ಒಳಗಾಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

3. ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರದ ಕೊರತೆ :

ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚುವರಿಯಾಗಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿಡುವಷ್ಟು ತರಕಾರಿಗಳು ಉತ್ಪಾದನೆಗೊಳ್ಳದಿದ್ದರೂ ಉತ್ಪಾದನೆ ಅಧಿಕವಿರುವ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ಶಿತಲೀಕೃತ ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿದರೆ ಧಾರಣೆಯ ತೀವ್ರಕುಸಿತಗಳನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟಬಹುದು. ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಸಡ್ಡೆಯಿಂದ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುವ ಕಾರಣ ಅವು ಒಣಗಿ ಅಥವಾ ಕೊಳೆತು ವ್ಯರ್ಥಗೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ.

4. ಒಪ್ಪಂದದ ಮಾರಾಟ :

ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಹಣಕಾಸಿನ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಮತ್ತು ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರು ಸಾಲ ನೀಡುತ್ತಿರುವ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಅವರಿಗೇ ಮಾರಬೇಕಾದ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯಿದೆ. ಇದರಿಂದ ರೈತರ ಶೋಷಣೆ ನಡೆದು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಅಧಿಕ ಲಾಭವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

5. ಸಾರಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕದ ಸಮಸ್ಯೆ :

ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ ಸಂಚಾರ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಸುಗಮವಾಗಿದ್ದರೂ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಸಮರ್ಪಕ ಸಾರಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಖಾಸಗಿ ವಾಹನಗಳ ದುಬಾರಿ ಬಾಡಿಗೆ ದರದಿಂದಾಗಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಅಧಿಕ ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಭರಿಸುವಂತಾಗಿದೆ. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿ ಕ್ರಾಂತಿಯಿಂದಾಗಿ ಹಳ್ಳಿ ಹಳ್ಳಿಗೂ ದೂರವಾಣಿ ಮತ್ತು ಅಂತರ್ಜಾಲಗಳ ಪ್ರಸರಣವಾಗಿದ್ದರೂ ರೈತಾಪಿ ವರ್ಗ ಅವುಗಳನ್ನು ಯೋಗ್ಯ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡಿಲ್ಲ.

6. ಅಸಮರ್ಪಕ ಮಾಪಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆ :

ಬಹುತೇಕ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಮೂಟೆಗಳ ಇಲ್ಲವೇ ಸಂಖ್ಯೆಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಮಾಡುವ ಕಾರಣ ಮೋಸಕ್ಕೆ ಒಳಗಾಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ರೈತರ ಅಜ್ಞಾನವನ್ನು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಮತ್ತು ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರುಗಳು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ರೈತರನ್ನು ಶೋಷಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

7. ಮಾರಾಟವಿಧಾನದ ಬಗ್ಗೆ ಅನಾಸಕ್ತಿ :

ಹೆಚ್ಚಿನ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಇಂದಿಗೂ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಾಗಿ ವಾರದ ಸಂತೆಗಳನ್ನೇ ಆಶ್ರಯಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಅಂತಹ ಸಂತೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶುಲ್ಕಗಳನ್ನು ವಿಧಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಮುಕ್ತ ವಾತಾವರಣದಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿಗಳು ಶುಷ್ಕಗೊಂಡು ಇಲ್ಲವೇ ಭೌತಿಕವಾಗಿ ಗಾಯಗೊಂಡು ಹಾಳಾಗುತ್ತಿವೆ. ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ರೈತರಿಗೆ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆ ಸಂದಾಯವಾಗುತ್ತಿದೆ.

8. ತರಕಾರಿ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯ ವರ್ಧನೆಯ ಅಭಾವ :

ತರಕಾರಿಗಳ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯ ವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಗಾಗಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ತರಬೇತಿಯು ಮತ್ತು ಈ ಕುರಿತು ಸಮಗ್ರ ಮಾಹಿತಿಯು ಇಲ್ಲದಿರುವ ಕಾರಣ ಅಧಿಕ ಇಳುವರಿ ಬರುವ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದೋ ತರಕಾರಿಗಳು ಕೊಳೆಯುವಿಕೆಯಿಂದ ವ್ಯರ್ಥವಾಗುತ್ತವೆ ಇಲ್ಲವೆ ಬೆಲೆಗಳು ಇಳಿಕೆಗೊಂಡು ಬೆಳೆಗಾರರು ನಷ್ಟ ಅನುಭವಿಸಬೇಕಾಗಿ ಬರುತ್ತದೆ.

9. ರಫ್ತು ಆಧಾರಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಕೊರತೆ :

ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಸಂಸ್ಕರಿಸಿ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಾಗಿ ವಿದೇಶಗಳಿಗೆ ಇಲ್ಲವೆ ಹೊರರಾಜ್ಯಗಳಿಗೆ ರಫ್ತು ಮಾಡುವ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಹೊರಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ, ಹೊರರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ವಿದೇಶಗಳಲ್ಲೂ ಅಪಾರ ಬೇಡಿಕೆ ಇದ್ದರೂ ಈ ದಿಸೆಯಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಸಾಂಘಿಕ ಪ್ರಯತ್ನಗಳಾಗಲೀ, ಸರಕಾರಿ ಯೋಜನೆಗಳಾಗಲೀ ಇದುವರೆಗೂ ಕಾರ್ಯಪ್ರವೃತ್ತವಾಗಿಲ್ಲ.

10. ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಹಾವಳಿ :

ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯ ಸಾಕಷ್ಟು ಅಂಶಗಳು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಪಾಲಾಗುತ್ತಿವೆ. ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇರದಿದ್ದರೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಶ್ರಮವಹಿಸದೆ, ಬಂಡವಾಳ ಹೂಡದೆ, ಸಮಯ ವ್ಯಯಿಸದೆ ಹಲವು ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರಷ್ಟೇ ಆದಾಯವನ್ನು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಗಳಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇದು ಅನಪೇಕ್ಷಣೀಯ ವಿಚಾರ.

11. ಸಹಕಾರಿ ತತ್ವದ ಉಪೇಕ್ಷೆ :

ಹಾಲು, ಮೀನು ಮುಂತಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಯು ಉತ್ಪಾದಕರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿದ್ದರೆ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು ತೃಪ್ತಿದಾಯಕವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿಲ್ಲ.

ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ (ಹಾಪ್‌ಕಾಮ್ಸ್)ದ ಕಾರ್ಯವ್ಯಾಪ್ತಿಯು ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗಷ್ಟೇ ಸೀಮಿತವಾಗಿದೆ. ಸ್ವಸಹಾಯ ಸಂಘಗಳ ಇಲ್ಲವೇ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಮಧ್ಯ ಪ್ರವೇಶದಿಂದ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಯನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು.

12. ಸರಕಾರದ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹದ ಕೊರತೆ :

ರೈತರಿಗೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ನಿರುದ್ಯೋಗ ನಿವಾರಣೆ ಮಾಡಿ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಆದಾಯ ನೀಡುತ್ತಿರುವ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಗೆ ಸರಕಾರ ಸೂಕ್ತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸ್ಪಂದಿಸಿಲ್ಲ. ದುರ್ಬಲ ವರ್ಗದವರ ಆರ್ಥಿಕ ಸಬಲೀಕರಣ, ಮಹಿಳಾ ಸಬಲೀಕರಣ ಮುಂತಾದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥಿತ್ಯಂತರಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುವ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗೆ ಕಡಿಮೆ ಬಡ್ಡಿದರದಲ್ಲಿ ಸಾಲ, ಬೆಳೆ ವಿಮೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ, ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆ, ಸಸ್ಯರೋಗ ಮತ್ತು ಕ್ರಿಮಿ ಕೀಟಗಳ ಹತೋಟಿಗೆ ಬೇಕಾದ ರಾಸಾಯನಿಕೆಗಳ ಪೂರೈಕೆ, ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳ ನೀಡಿಕೆ ಮುಂತಾದ ಯಾವ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಸಹಾಯವೂ ಸದ್ಯದ ಮಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಣ್ಣ ರೈತರಿಗೆ ಮತ್ತು ಭೂ ರಹಿತ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಲಭಿಸುತ್ತಿಲ್ಲ. ಇಂತಹ ಉತ್ತೇಜಕಗಳು ಮಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ದೊಡ್ಡ ರೈತರ ಹಾಗೂ ಭೂ ಹಿಡುವಳಿದಾರರ ಪಾಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಹೀಗೆ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯು ಹತ್ತು ಹಲವು ತೊಂದರೆಗಳನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದ್ದರೂ ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನರ ಸಶಕ್ತತೆಗೆ ತನ್ನ ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ನೀಡಿದೆ. ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಆ ಮೂಲಕ ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಸೂಕ್ತ ಕಾಯಕಲ್ಪಗಳಾಗಬೇಕಿದೆ.

6.4 ಸಲಹೆ ಸೂಚನೆಗಳು :

ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರವು ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿ, ಗ್ರಾಮೀಣ ನಿರುದ್ಯೋಗವನ್ನು ನಿವಾರಿಸಿ, ರೈತರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಆದಾಯವನ್ನು ಗಳಿಸಿಕೊಟ್ಟು, ಆಹಾರದಲ್ಲಿ ಅಪೌಷ್ಟಿಕತೆಯನ್ನು ನೀಗಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪುನರುದ್ಧಾರಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆಯಾದರೂ ಹಲವು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಜನರ ಆದಾಯ ಹೆಚ್ಚಿ ಜೀವನ ಮಟ್ಟ ಸುಧಾರಣೆಯಾದಾಗ ಆಹಾರ ಕ್ರಮವು ಉತ್ತಮಗೊಂಡು ಹಲವು ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಬೇಡಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಲಿರುವುದು. ಸದ್ಯದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಜನಸಂಖ್ಯಾ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ದರವು ಏರಿಕೆಯಾದರೆ 2020-21ರ ಹೊತ್ತಿಗೆ ತರಕಾರಿಗಳ ಬೇಡಿಕೆಯೂ 220 ಮಿ.ಟನ್‌ಗೆ ಏರಬಹುದು ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಲಾಗಿದೆ. (ವರ್ಮುಡಿ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ 2001). ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಈ ರೀತಿಯ ಏರಿಕೆಯು ತರಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೊಂದು ಸವಾಲು ಮತ್ತು ಅದೇ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಯೋಗ್ಯ ಅವಕಾಶವೂ ಆಗಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಆಮೂಲಾಗ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಸಮಗ್ರ ಯೋಜನೆಯ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ.

ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕವಾಗಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೋಸ್ಕರ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳನ್ನೇ ಅವಲಂಬಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿರುವ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ಮತ್ತು ಅವರ ಲಾಭಬಡುಕತನದಿಂದಾಗಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯು ಕೆಳಮಟ್ಟದಲ್ಲಿದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಲ್ಪಾಂಶ ಮಾತ್ರ ಬೆಳೆಗಾರರ ಕೈ ಸೇರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಲೆಗಳ ತೀವ್ರ ಏರಿಳಿತಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಯಲ್ಲಿ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯ ಅಭಾವ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಇಳಿಕೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆ ಎಂಬ ವಿಷಯದ ಕುರಿತು ಕ್ಷೇತ್ರ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ನಡೆಸಿ ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ ನಡೆಸಿದ ಅಧ್ಯಯನದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ನೀತಿ ನಿರೂಪಣೆಗಳ ಶಿಫಾರಸುಗಳನ್ನು ಮಾಡಬಹುದು. ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆಯು ಸದ್ಯದ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಅಸಮರ್ಪಕವಾಗಿದ್ದರೂ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಸಶಕ್ತತೆಗೆ ತರಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅನಿವಾರ್ಯ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಶಿಫಾರಸುಗಳ ಕುರಿತು ಗಂಭೀರ ಚಿಂತನೆಯನ್ನು ಮಾಡಬಹುದು.

ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕ ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯ ಸುಮಾರು ಶೇ. 61ರಿಂದ ಶೇ. 66ರಷ್ಟು ಸಂದಾಯವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇದು ತರಕಾರಿಯಿಂದ ತರಕಾರಿಗೆ ವ್ಯತ್ಯಾಸವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಬದನೆಯನ್ನು ಪ್ರಾತಿನಿಧಿಕವಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಬಹುದು. ಬದನೆ ಬೆಳೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯ ಶೇ. 66 ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ದೊರಕುವುದು ಅದರ ವಿಶಿಷ್ಟ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಗುಣದಿಂದ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನ ವಿಧಾನದಿಂದ ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಇತರ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ತರಕಾರಿಗಳಾದ ಸಾಲಿಗ್ರಾಮ ತೊಂಡೆಕಾಯಿ, ಪೆರಂಪಳ್ಳಿ ಬೆಂಡೆಕಾಯಿ, ಪಾರಂಪಳ್ಳಿ ಸೌತೆ ಮುಂತಾದುವುಗಳು ತಮ್ಮ ಮೂಲಗುಣ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಂಡು ಬರಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಬದನೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಒಳ್ಳೆಯ ಪ್ರತಿಫಲ ಸಿಗಲು ಕಾರಣವೆಂದರೆ ಪ್ರದೇಶ ಕೇಂದ್ರೀಕೃತ ಉತ್ಪಾದನ ವ್ಯವಸ್ಥೆ. ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಮಧ್ಯೆ ಸುಲಭ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿ ವಿನಿಮಯ, ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ, ಸಂಘಟಿತ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವು, ಕೃಷಿ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಸುಲಭ ಲಭ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಸಾರಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಪರಸ್ಪರ ಸಹಕಾರ ಮುಂತಾದುವುಗಳು ಒಳಗೊಂಡಿವೆ. ಇದೇ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಜಿಲ್ಲೆಯ ಇತರ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೂ ಅನ್ವಯಿಸಿದರೆ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಆರ್ಥಿಕತೆ ಸದೃಢಗೊಳ್ಳಬಹುದು.

ಈ ಅಂಶವನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿರಿಸಿಕೊಂಡು ಮುಂದಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನೀತಿಯನ್ನು ರೂಪಿಸಿ, ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪಾಲು ದೊರಕುವಂತಾಗಬೇಕು. ಇದು ಮುಂದೆ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಸಹಕಾರಿ.

1. ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಸಿಗತಕ್ಕಂತಹ ಪ್ರತಿಫಲವು ಎರಡನೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೃಂಖಲೆಯಲ್ಲಿ (ಬೆಳೆಗಾರ-ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ- ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ-ಗ್ರಾಹಕ) ಮೊದಲನೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಶೃಂಖಲೆಗಿಂತ (ಬೆಳೆಗಾರ-ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್-ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ- ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ- ಗ್ರಾಹಕ) ಅಧಿಕವಿರುವುದರಿಂದ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಹಿಡಿತದಿಂದ ಮುಕ್ತಗೊಳಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆ ಅವಶ್ಯಕ. ಜಿಲ್ಲೆಯ ವಿವಿಧ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿರುವ ವಿವಿಧ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ತಮ್ಮ ತಮ್ಮಲ್ಲೇ ಸಣ್ಣ ಸಂಘಟನೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಪರಸ್ಪರ ಶ್ರಮ ಮತ್ತು ಇತರ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ವಿನಿಮಯ ಹಾಗೂ ಸಹಕಾರದ ಮೂಲಕ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡರೆ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಹಾವಳಿಯನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಬಹುದು. ಇದಕ್ಕೆ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಸಕಾಲದಲ್ಲಿ ಅಲ್ಪ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಹಣಕಾಸಿನ ನೆರವು ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಕೃಷಿ ಹಣಕಾಸು ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸಂಯೋಜಿಸಿದರೆ ತರಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರವು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಬಹುದು.

2. ಈಗಾಗಲೇ ಉತ್ತಮ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವಂತಹ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಅಥವಾ ಸ್ವಸಹಾಯ ಸಂಘಗಳನ್ನು ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದರಿಂದ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದ ದೊರಕುವ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಕೃಷಿಕರು ಅನುಭವಿಸಬಹುದು. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಮತ್ತು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಮತ್ತು ದಕ್ಷತೆಯಿಂದ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಗತಿ ಬಂಧು ಸ್ವಸಹಾಯ ಸಂಘಟನೆಗಳನ್ನು ಮಾದರಿಯಾಗಿ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರು ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಘಟನೆಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಬೇಕು. ಪ್ರಗತಿ ಬಂಧು ಸ್ವಸಹಾಯ ಸಂಘಗಳ ಶ್ರಮ ವಿನಿಮಯ ಮತ್ತು ಜ್ಞಾನ ವಿನಿಮಯ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಘಟನೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡರೆ ತರಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

3. ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳು ವಿಧಿಸುವ ಬೇಕಾಬಿಟ್ಟಿ ಶುಲ್ಕದಿಂದ ರೈತರ ಶೋಷಣೆಯನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಲು ನ್ಯಾಯಯುತ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ವಿಧಿಸುವಂತೆ ಕಾನೂನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸಬಹುದು.

4. ತರಕಾರಿ ಸಾಗಾಟ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸಲು ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಸಂಗ್ರಹಣಾ ಕೇಂದ್ರಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಿ, ಅವುಗಳ ಮೂಲಕ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ ಶೀಘ್ರವಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ತರುವ ಸಂಘಟಿತ ಪ್ರಯತ್ನವಾಗಬೇಕಾಗಿದೆ.

5. ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಯೋಗ್ಯ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ನೀಡುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಾಗಬೇಕು. ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಬಗ್ಗೆ ಕಾಲಕಾಲಕ್ಕೆ ಸೂಕ್ತ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಸಲಹೆ ಸೂಚನೆಗಳನ್ನು ನೀಡುವಂತಾಗಬೇಕು. ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಬೇಡಿಕೆ ಬಗ್ಗೆ ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯ ನಡೆಸಿ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಒದಗಿಸುವುದರಿಂದ ಯಾವ ಕಾಲದಲ್ಲಿ

ಯಾವ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆದರೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಲಾಭವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ರೈತರು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

6. ಗುತ್ತಿಗೆ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಭೂ ಹಿಡುವಳಿ ಹೊಂದಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಭೂ ರಹಿತ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಭದ್ರತೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಗೇಣಿ ವಸೂಲಿ ಮಾಡದಂತೆ ಸರಕಾರ ನೀತಿ ನಿರೂಪಿಸಿದರೆ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಬಹುದು.

7. ಸಸ್ಯರೋಗಗಳಿಂದ ತರಕಾರಿ ಗಿಡಗಳನ್ನು ಕಾಪಾಡಲು ಜೈವಿಕ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಬಳಕೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಜಾಗೃತಿ ಉಂಟು ಮಾಡಬೇಕಿದೆ. ಕ್ರಿಮಿ ಕೀಟಗಳ ಹಾವಳಿಯನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ಅವುಗಳ ಪ್ರಾಕೃತಿಕ ವೈರಿಗಳ ಬಳಕೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡಿದರೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನದ ಏರಿಕೆಯಾಗಬಹುದು. ಸಸ್ಯ ರೋಗ ಮತ್ತು ಕ್ರಿಮಿ ಕೀಟಗಳ ಸಮಗ್ರ ನಿರ್ವಹಣೆಗಾಗಿ ಸೂಕ್ತ ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ವಿಸ್ತರಣೆ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಂಡರೆ ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಅಧಿಕಗೊಳ್ಳಬಹುದು.

8. ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಿತ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅಳವಡಿಕೆ ಕುರಿತು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಪ್ರಾತ್ಯಕ್ಷಿಕೆಗಳ ಮೂಲಕ ತರಬೇತಿಯನ್ನು ನೀಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಅಂತಹ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯ ರೈತರ ಕೈಗೆಟಕುವಂತಿರಬೇಕು. ಅಗತ್ಯವಿದ್ದರೆ ಸರಕಾರ ಮತ್ತು ಸರಕಾರೇತರ ಸಂಘ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಧನ ಸಹಾಯ ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಸುಧಾರಿತ ತಂತ್ರ ಜ್ಞಾನದ ವ್ಯಾಪಕ ಬಳಕೆಯಾದರೆ ತರಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರ ಸುಧಾರಿಸಬಹುದು.

9. ಬೀಜ ಸಂಸ್ಕರಣೆಯ ಬಗ್ಗೆ ರೈತರಿಗೆ ಸರಿಯಾದ ಮಾಹಿತಿ ಹಂಚಿಕೆಯಾಗಬೇಕು. ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ತಳಿಗಳ ಮೂಲ ಗುಣಕ್ಕೆ ಚ್ಯುತಿ ಬಾರದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ನವೀನ ವಿಧಾನಗಳ ಮೂಲಕ ಬೀಜ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮಾಡಿ ರೈತರು ಅಧಿಕ ಇಳುವರಿ ಪಡೆಯುವಂತಾಗಬೇಕು. ಈ ನೂತನ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ಅಲ್ಪ ವೆಚ್ಚದ್ದಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಸಾಮಾನ್ಯ ರೈತರಿಗೂ ಲಭಿಸುವಂತಾದರೆ ತರಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳ್ಳಬಹುದು.

10. ಜಿಲ್ಲೆಯ ವಿವಿಧ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವ ವಿಶಿಷ್ಟ ಬೆಳೆಗಳ ತಳಿ ಸಂರಕ್ಷಣೆಯ ಜೊತೆಗೆ ಅವುಗಳ ಮೂಲಗುಣವನ್ನು ಕಾಪಾಡುವ ಕೆಲಸಗಳಾಗಬೇಕು. ಸಾಧ್ಯವಾದರೆ ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳಕ್ಕೆ ದೊರೆತ ರೀತಿಯಲ್ಲೇ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಪೇಟೆಂಟ್ ಇತರ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳಿಗೂ ದೊರಕಿದರೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಉತ್ತೇಜನ ದೊರಕಿದಂತಾಗುತ್ತದೆ.

11. ತೀವ್ರ ಹವಾಮಾನ ವೈಪರೀತ್ಯಗಳನ್ನು ತಾಳಿಕೊಳ್ಳುವ ತಳಿಗಳ ಸಂಶೋಧನೆಯಾಗಬೇಕು. ಉಷ್ಣ, ಚಳಿ, ಮಳೆ, ಗಾಳಿ ಮುಂತಾದುವುಗಳಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಏರುಪೇರುಗಳನ್ನು ಸಹಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ತಳಿಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಬೇಕು. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬಹುತೇಕ ಒಣ ಹವಾಮಾನವಿರುವುದರಿಂದ ಕಡಿಮೆ ನೀರಿನ ಆಶ್ರಯ ಬೇಡುವ ತಳಿಗಳ ವ್ಯಾಪಕ ಬಳಕೆಯಾಗಬೇಕು.

12. ಸುಧಾರಿತ ಸಸ್ಯ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ವಿಧಾನಗಳಾದ ಹಸಿರು ಮನೆ, ನೆರಳಿನಾಶ್ರಯ, ಹಕ್ಕಿಗಳಿಂದ ರಕ್ಷಿಸುವ ಬಲೆ, ಗಾಳಿ ನಿಯಂತ್ರಕ ಮುಂತಾದವುಗಳು ವ್ಯಾಪಕ ಉಪಯೋಗಗೊಳ್ಳಬೇಕು. ಈ ನವೀನ ವಿಧಾನಗಳ ಲಾಭ ಮತ್ತು ಉಪಯೋಗದ ಕುರಿತು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಬೇಕು. ಅಗತ್ಯ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಾತ್ಯಕ್ಷಿಕೆ ಮತ್ತು ಧನ ಸಹಾಯವನ್ನು ಒದಗಿಸಿ ರಾಸಾಯನಿಕ ಮುಕ್ತ ಪರಿಸರ ಸ್ನೇಹಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಚುರ ಪಡಿಸಬೇಕು.

13. ಸಂಶೋಧನ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಸಿದ್ಧ ಪಡಿಸಿದ ಸುಧಾರಿತ ಮತ್ತು ಶೀಘ್ರ ಇಳುವರಿ ನೀಡುವ ತಳಿಗಳನ್ನು ಹಾಗೂ ನೂತನ ಉತ್ಪಾದನೆ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ಬೆಳೆಗಾರರಲ್ಲಿ ಕೊಂಡೊಯ್ದು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಸೂಕ್ತ ತರಬೇತಿ ನೀಡುವ ಕೆಲಸಗಳಾಗಬೇಕು.

14. ಭೂರಹಿತ ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ರೈತರ ಹಣಕಾಸಿನ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಸರಕಾರಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಮುಂದೆ ಬರಬೇಕು. ಶೂನ್ಯ ಠೇವಣಿ ಖಾತೆಯಂತಹ ಯೋಜನೆಗಳು ಇನ್ನಷ್ಟು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಬೇಕು. ಆಸ್ತಿ ರಹಿತರಿಗೆ ಬೆಳೆಸಾಲದಂತಹ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಮಾಡಿದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಥವಾ ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರ ಮುಂಗಡ ಪಾವತಿ ಪಿಡುಗನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಬಹುದು.

15. ಕಟಾವಿನ ನಂತರದ ನಿರ್ವಹಣೆಗಾಗಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಬೇಕು. ವಾತಾವರಣದ ಏರಿಳಿತಕ್ಕೆ ತರಕಾರಿಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟ ಹಾಳಾಗದಂತೆ ಕೇಂದ್ರ ಆಹಾರ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಸಂಶೋಧನ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸಲಹೆಯಂತೆ ಕ್ರಮಕೈಗೊಂಡರೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಹತಾಶ ಮಾರಾಟವನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಬಹುದು.

16. ತರಕಾರಿಗಳ ವರ್ಗೀಕರಣದ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಸರಿಯಾದ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮತ್ತು ತರಬೇತಿಯನ್ನು ನೀಡುವುದರ ಮೂಲಕ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಯೋಗ್ಯ ಬೆಲೆ ಬರುವಂತೆ ಮಾಡಬಹುದು. ವರ್ಗೀಕರಣ ಗೊಂಡರೆ ಕಡಿಮೆ ಗುಣಮಟ್ಟದ ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಬೇಡಿಕೆ ಇರದೆ ವ್ಯರ್ಥಗೊಳ್ಳ ಬಹುದು ಎಂಬ ಭ್ರಾಮಕ ಭಯವನ್ನು ನಿವಾರಿಸಬೇಕು. ಜೊತೆಗೆ ತರಕಾರಿಗಳ ವರ್ಗೀಕರಣಕ್ಕೆ ಸೂಕ್ತ ಮಾನದಂಡವನ್ನು ನಿಗದಿ ಪಡಿಸಿದರೆ ಒಳ್ಳೆಯದು.

17. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆದ ಬಹುಪಾಲು ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳು ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲೇ ಮಾರಾಟವಾಗುವ ಕಾರಣ ಮತ್ತು ತರಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಪೂರೈಕೆಗಿಂತ ಬೇಡಿಕೆಯೇ ಅಧಿಕವಿರುವ ಕಾರಣ ಶೀತಲೀಕೃತ ಉಗ್ರಾಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಅಗತ್ಯ ಕಂಡು ಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಜಿಲ್ಲೆಯಿಂದ ಹೊರಗೆ, ಅನ್ಯರಾಜ್ಯಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಹೊರದೇಶಗಳಿಗೆ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ರಫ್ತುಗೊಳಿಸುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಶೀತಲೀಕೃತ ಉಗ್ರಾಣದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿದ್ದರೆ ತರಕಾರಿಗಳ ತಾಜಾತನ ಉಳಿದು ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆ ದೊರಕಬಹುದು. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕಟಾವಿನ ತಕ್ಷಣ ಶೀತಲೀಕೃತ ಉಗ್ರಾಣ, ಶೀತಲೀಕೃತ ಸಾರಿಗೆ, ಶೀತಲೀಕೃತ ದಾಸ್ತಾನು ಮತ್ತು ಶೀತಲೀಕೃತ ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಳಿಗೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದರೆ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಪ್ರತಿಫಲ ದೊರೆಯಬಹುದು.

18. ತರಕಾರಿ ಬೆಲೆಗಳ ತೀವ್ರ ಏರಿಳಿತಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುವ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿ ಬೆಲೆಗಳ ಸ್ಥಿರತೆಗೆ ಪ್ರಯತ್ನಿಸಬೇಕು. ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧಾರದಲ್ಲಿ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಗಳೇ ಪ್ರಮುಖ ನಿರ್ಧಾರಕಗಳಾಗಿರುವ ಕಾರಣ ಬೆಲೆ ಸ್ಥಿರತೆಗೆ ಅವುಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಹೊಂದಾಣಿಕೆ ಇರುವಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಬೇಡಿಕೆಯ ಗತಿಯನ್ನು ಮುನ್ನಂದಾಜಿಸಿ ಅದಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಬೆಳೆಗಾರರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪೂರೈಕೆಯನ್ನು ಮಾಡಿದರೆ ಬೆಲೆ ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಬಹುದು. ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಈ ಬಗ್ಗೆ ಪೂರ್ಣ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವ ಕೆಲಸಗಳಾಗಬೇಕು.

ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಮತ್ತು ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಿ ಆರೋಗ್ಯಕರ ಸ್ಪರ್ಧೆ ಏರ್ಪಡುವಂತಾದರೆ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಲಾಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಘಗಳು ಕನಿಷ್ಠ ಮತ್ತು ಗರಿಷ್ಠ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸಿ ಜಾರಿಗೆ ತಂದರೆ ಉತ್ಪಾದಕರನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸಿದಂತಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರೊಂದಿಗೆ ಶೀತಲೀಕೃತ ಉಗ್ರಾಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸಿದರೆ ತರಕಾರಿ ಪೂರೈಕೆಯನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಿ ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು.

19. ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿ ಖಾಸಗಿ ಸಂಚಾರ ಜಾಲವು ಉತ್ತಮ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿದ್ದರೂ ತರಕಾರಿಗಳ ಸಾಗಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನೆದುರಿಸುತ್ತಿದೆ. ರಸ್ತೆಗಳ ದುಸ್ಥಿಯು ತರಕಾರಿಗಳ ಸಾಗಾಟ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಾಗುವ ಸವಕಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಒಳ್ಳೆಯ ರಸ್ತೆ ಮತ್ತು ಸುಗಮ ಸಾರಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಾಗಿ ಸರಕಾರಿ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಅಲ್ಪವೆಚ್ಚ ಹಾಗೂ ಶೀಘ್ರ ವಿಲೇವಾರಿ ಉದ್ದೇಶಗಳೊಂದಿಗೆ ನೀಡಿದರೆ ಸಾರಿಗೆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸಬಹುದು.

20. ಕಟಾವು ಪೂರ್ವ ಒಪ್ಪಂದ ಮಾರಾಟವನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟಲು ಕಡಿಮೆ ಬಡ್ಡಿದರದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಹಣಕಾಸಿನ ನೆರವಿನ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಾದರೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಶೋಷಣೆಯನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟಬಹುದು.

21. ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಕಿರುಕುಳವನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ಬೆಳೆಗಾರರ ನೇರ ಮಾರಾಟ ಜಾಲವನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಬಹುದು. ಇದು ಸರಕಾರದ ಕೇವಲ ಕಾನೂನು ಕಟ್ಟಳೆಗಳಿಂದ ಮಾತ್ರ ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಜೊತೆಗೆ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯ ಅಧಿಕಾರಿಗಳ ನೇರ ಸುಪರ್ದಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಅಥವಾ ಏಲಂ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ನಡೆಸಿದರೆ ಒಳ್ಳೆಯದು. ಅದಲ್ಲದೆ ರಖಂ ಮತ್ತು ಬೃಹತ್ ಚಿಲ್ಲರೆ ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟಗಾರರು ನೇರ ಬೆಳೆಗಾರರಿಂದಲೇ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ಉತ್ತೇಜಿಸಿದರೆ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಿಂದಾಗುವ ಶೋಷಣೆಯನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಬಹುದು.

22. ವಾರದ ಸಂತೆಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ನೇರ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಯನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸಬೇಕು. ಮತ್ತು ಅಂತಹ ಸಂತೆಗಳಲ್ಲಿ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಸುಲಭರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಆಕರ್ಷಿಸಬಹುದು.

23. ಭೂರಹಿತ ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಬೆಳೆ ವಿಮೆಯು ಸಧ್ಯದ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ದೊರಕುತ್ತಿಲ್ಲ. ಹವಾಮಾನ ವೈಪರೀತ್ಯ ಮುಂತಾದ ಪ್ರಾಕೃತಿಕ ವಿಕೋಪಗಳ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಅಧೋಗತಿಗಿಳಿಯುವುದನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟಲು ಬೆಳೆ ವಿಮೆ ನಿಯಮಾವಳಿಯಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ಮಾರ್ಪಾಟುಗಳನ್ನು ಮಾಡಿ ಭೂರಹಿತರಿಗೆ ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿದಾರರಿಗೂ ಬೆಳೆ ವಿಮೆಯ ಸೌಲಭ್ಯ ನೀಡಿದರೆ ಬೆಳೆಗಾರರನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಿದಂತಾಗುತ್ತದೆ.

24. ಬೆಳೆಗಾರರು ಸಾಧ್ಯವಾದಷ್ಟು ರಾಸಾಯನಿಕ ರಹಿತ ಜೈವಿಕ ಕ್ರಿಮಿ ಕೀಟ ನಾಶಕ, ಸಸ್ಯ ರೋಗನಾಶಕ ಮತ್ತು ಗೊಬ್ಬರಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯುವುದನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಿದರೆ ಅವರ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆ ದೊರಕಿದಂತೆಯೂ ಪರಿಸರ ಸಂರಕ್ಷಣೆಯನ್ನೂ ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ಮಾಡಿದಂತಾಗುತ್ತದೆ.

25. ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಂಘಟನೆಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಿ ಅವುಗಳಿಗೆ ನೇರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ನಡೆಸಲು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ತಾಂತ್ರಿಕ ಸಹಾಯ, ಹಣಕಾಸಿನ ನೆರವು, ವಿಮೆ, ತಮ್ಮದೇ ಸಾರಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಹೊಂದಲು ಧನ ಸಹಾಯ, ಪಟ್ಟಣ ಮತ್ತು ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಅವರದ್ದೇ ಸ್ವಂತ ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟ ಮಳಿಗೆ ಹಾಗೂ ಅವರೇ ಸ್ವತಃ ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ತರಕಾರಿ ಪೂರೈಕೆ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಗರಿಷ್ಠ ಪಾಲು ಸಂದಾಯವಾಗುವಂತೆ ಮಾಡಬಹುದು. ಇದೊಂದು ಸಮಗ್ರ ಹಾಗೂ ದೀರ್ಘ ಕಾಲೀನ ಯೋಜನೆಯಾಗಿದ್ದು ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನರಿಗೆ ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯ ಮೂಲಕ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ, ಇತರ ಬೆಂಬಲ ಸೇವೆಗಳ ಮೂಲಕವೂ ಉದ್ಯೋಗಾವಕಾಶ ದೊರಕಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ನಿರುದ್ಯೋಗ ಸಮಸ್ಯೆಯು ನಿವಾರಣೆಯಾದಂತಾಗುತ್ತದೆ.

ಈ ಮೇಲಿನ ಅಂಶಗಳಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಿದಂತೆ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿ ತಂದು ಸದೃಢ 'ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಚಕ್ಷಣಾ ಸಮಿತಿ'ಯ ನೇರ ಸುಪರ್ದಿಗೆ ಒಳಪಡಿಸಬೇಕು. ಆದಷ್ಟು ತರಕಾರಿಗಳು ಮುಕ್ತ ಏಲಂ ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹಾರವಾಗುವಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಮತ್ತು ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವವರನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಿ ಆರೋಗ್ಯಕರ ಸ್ಪರ್ಧೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಸಬೇಕು. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ರೈತರ ನೇರ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಯು ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಬಲಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

ಇಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮೂಲಸೌಕರ್ಯಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ದೋಷರಹಿತ ಮಾಪಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಸಾರಿಗೆ ಮತ್ತು ಸಂಪರ್ಕದ ಹೆಚ್ಚಳ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಹಾರಗಳಲ್ಲಿ ಪಾರದರ್ಶಕತೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿಯಿಂದ ಸಮರ್ಥ ಉಸ್ತುವಾರಿ, ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಆಧುನಿಕ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವಿಕೆಯು ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ದೇಶೀಯ ಕೃಷಿ

ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಜಾಗೃತಿ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನಗಳ ಅಸಮರ್ಪಕತೆ, ಮತ್ತು ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಕೊರತೆ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ತೀವ್ರ ಬೆಲೆ ಏರಿಳಿತಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯ ಕನಿಷ್ಠ ಪ್ರಮಾಣವು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕೈಸೇರುವಂತಾಗುತ್ತದೆ. ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಹಾಳಾಗುವಿಕೆ, ಗುಣಮಟ್ಟದ ಇಳಿಕೆ, ಹಾಗೂ ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಹೊಂದಾಣಿಕೆ ಇಲ್ಲದಿರುವುದೂ ಬೆಲೆಗಳ ಏರಿಳಿತಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತಿದೆ.

6.5 ಅಧ್ಯಯನದ ಮುಂದಿನ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು :

ಸಂಶೋಧನೆಯ ಮುಂದುವರಿಕೆಯಾಗಿ ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಇತರ ಜಿಲ್ಲೆಗಳ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಅಥವಾ ಹಾಲು, ಹಣ್ಣು, ವಾಣಿಜ್ಯ ಪುಷ್ಪಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಹೋಲಿಸಿ ತುಲನಾತ್ಮಕ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಲು ಅವಕಾಶಗಳಿವೆ. ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಇನ್ನೊಂದು ಅಲ್ಪಾಯುಷ್ಯವುಳ್ಳ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಲ್ಲಿಗೆ ಹೂವಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಸಂಘಟಿತವೂ ವ್ಯವಸ್ಥಿತವೂ ಆಗಿದ್ದು ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾವತಿಸಿದ ಬೆಲೆಯ ಬಹುಪಾಲು ದೊರಕುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಮಲ್ಲಿಗೆ ಹೂವಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಜೊತೆಗೆ ಹೋಲಿಸಿ ತುಲನಾತ್ಮಕ ಅಧ್ಯಯನ ಕೈಗೊಳ್ಳಬಹುದು.

6.6 ಉಪಸಂಹಾರ :

ಜಾಗತಿಕವಾಗಿ ಭಾರತವು ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಎರಡನೇ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದರೂ ತರಕಾರಿ ರಫ್ತು ಉಪಕ್ರಮಗಳು ತೃಪ್ತಿದಾಯಕವಾಗಿಲ್ಲ. ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಿಂದ ತೊಡಗಿ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯವರೆಗೂ ಮಾನವ ಶ್ರಮವನ್ನು ಬಯಸುವುದರಿಂದ ಕೃಷಿಕರಿಗೆ ಉಪವೃತ್ತಿಯನ್ನು ನೀಡಿ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಆದಾಯದ ಗಳಿಕೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಕಾರಣದಿಂದ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಹತ್ವ ಪ್ರಾಪ್ತವಾಗಿದೆ.

ತರಕಾರಿಗಳು ಹಲವು ಜೀವಧಾತು, ಖನಿಜಾಂಶ ಮತ್ತು ಪ್ರೊಟೀನ್‌ಗಳಿಂದ ಸಮೃದ್ಧವಾಗಿರುವುದಲ್ಲದೆ ಔಷಧೀಯ ಗುಣಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯು ಆಹಾರದಲ್ಲಿ ಅಪೌಷ್ಟಿಕತೆಯನ್ನು ನಿವಾರಿಸಿ ಪೌಷ್ಟಿಕತೆಯ ಭದ್ರತೆಯನ್ನು ನೀಡುವುದಲ್ಲದೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ನಿರುದ್ಯೋಗ ನಿವಾರಣೆ, ದುರ್ಬಲ ವರ್ಗದವರ ಆರ್ಥಿಕ ಸಬಲೀಕರಣ, ಮಹಿಳಾ ಸಬಲೀಕರಣ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಸ್ವಾವಲಂಬನೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಶಕ್ತೀಕರಣ ಮುಂತಾದ ಉದಾತ್ತ ಧ್ಯೇಯಗಳ ಸಾಕಾರಕ್ಕೆ ಸಹಕರಿಸುತ್ತದೆ. ನಿರಂತರವಾಗಿ ಏರುತ್ತಿರುವ ಜನಸಂಖ್ಯೆಯಿಂದಾಗಿ ದಿನೇ ದಿನೇ ಅಧಿಕಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ತರಕಾರಿಗಳ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಸಮರ್ಥರೀತಿಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಉತ್ಪಾದನೆ, ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಮತ್ತು ತರಕಾರಿ ಭೂವಿಸ್ತೀರ್ಣಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಸಮರ್ಥ–ಸಮಗ್ರ ಮತ್ತು ದೀರ್ಘಕಾಲೀನ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಇದು ಸಕಾಲ.

ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಇಂದು ತನ್ನ ವಿಕಾಸದ ನಿರ್ಣಾಯಕ ಹಂತದಲ್ಲಿದೆ. ಅದು ಬೆಳೆಗಾರರ, ಗ್ರಾಹಕರ, ಉದ್ದಿಮೆಗಳ, ರಫ್ತುವ್ಯಾಪಾರದ ಮತ್ತು ಒಟ್ಟು ಗ್ರಾಮೀಣ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸ್ಪಂದಿಸಬೇಕಾದ ಅನಿವಾರ್ಯತೆ ಇದೆ. ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಕ್ಷೇತ್ರದ ಸಮಗ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಸದೃಢ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ. ಒಟ್ಟು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಇರುವ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಹಂತದಲ್ಲೂ ಸುಧಾರಣೆಗೆ ಅವಕಾಶವಿದ್ದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಅಧಿಕ ಪ್ರತಿಫಲವೂ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ತೃಪ್ತಿಗುಣವೂ ಲಭಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿದೆ.

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬೆಳೆಗಾರರ ಅಥವಾ ಇತರ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮಧ್ಯಪ್ರವೇಶಕ್ಕೆ ಸೂಕ್ತ ವೇದಿಕೆ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗಿದೆ. ಇದೇ ಪ್ರದೇಶದ ಇತರ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಾದ ಮಲ್ಲಿಗೆ, ವೆನಿಲಾ, ಅಡಿಕೆ, ಕೊಕೋ ಮುಂತಾದುವುಗಳಿಗೆ ಲಭ್ಯವಾದ ಸಹಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ದೊರೆಕಿದಲ್ಲಿ ನಿಃಸಂಶಯವಾಗಿ ಬೆಳೆಗಾರರ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳ ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸುಧಾರಣೆಗೆ ತೀರಾ ಅವಶ್ಯವಿರುವ ಇನ್ನೊಂದು ವಿಚಾರವೆಂದರೆ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವು. ಸರಕಾರ – ಸಹಕಾರಿ – ಖಾಸಗಿ ಸಹಭಾಗಿತ್ವದಲ್ಲಿ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳಾದ ರಸ್ತೆ, ಅಗ್ಗದ ಸಾರಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ನೀರಾವರಿ ಸೌಕರ್ಯ, ವರ್ಗೀಕರಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯ ವರ್ಧನೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಿಕೆ ಮುಂತಾದ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಿದರೆ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಸದೃಢವಾಗುತ್ತದೆ.

ಅನುಬಂಧ

ಅನುಬಂಧ

ಆಧಾರ ಗ್ರಂಥಗಳು

1. ಇರ್ವತ್ತೂರು ಉದಯ ಕುಮಾರ 2007, 'ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆ ಆಧುನೀಕರಣ, ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಕೈಗಾರಿಕೆ' ದಾಮಿನಿ ಸಾಹಿತ್ಯ. ಬೆಂಗಳೂರು.
2. ಎರಿಸ್ವಾಮಿ ಎನ್. ಟಿ. 2004, 'ಸ್ವಸಹಾಯ ಸಂಘಗಳು ಒಂದು ಪರಿಕಲ್ಪನೆ' ಬದುಕು ಸ್ವಯಂಸೇವಾ ಸಂಸ್ಥೆ, ಬೆಂಗಳೂರು.
3. ಕರ್ನಾಟಕ ಸರಕಾರ 'ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ನೋಟ 2000–2001 ರಿಂದ 2009–2010' ಜಿಲ್ಲಾ ಸಂಖ್ಯಾ ಸಂಗ್ರಹಣಾಧಿಕಾರಿ, ಉಡುಪಿ.
4. ಕಲ್ಲೂರ್ ಎಂ.ಎಸ್ ಮತ್ತು ಪ್ರಭಾಕರ ಶಿಶಿಲ, 2000. 'ಕೃಷಿ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರ', ಕಲಾ ಪ್ರಕಾಶನ ಬೆಂಗಳೂರು.
5. ಕೃಷ್ಣೇಗೌಡ ಎಚ್.ಆರ್. 2003, 'ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರ' ಸ್ಪಂದನ ಪ್ರಕಾಶನ ಬೆಂಗಳೂರು,
6. ಕೃಷ್ಣಯ್ಯ ಗೌಡ ಎಚ್. ಆರ್. 2001, 'ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ' ವಿದ್ಯಾನಿಧಿ ಪ್ರಕಾಶನ ಗದಗ.
7. ಚಂದ್ರ ಪೂಜಾರಿ, 2006 'ರೈತರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರಗಳು' ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ ಸಮಾಜ ವಿಜ್ಞಾನ ಪತ್ರಿಕೆ. ಪ್ರಸಾರಾಂಗ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ.
8. ಚಂದ್ರಶೇಖರ ಟಿ.ಆರ್. 2007. 'ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಅಸಮಾನತೆಯ ಸಾಮಾಜಿಕ ನೆಲೆಗಳು.' ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ. ಸಂ. 6(2).
9. ಚಂದ್ರಶೇಖರ ಟಿ.ಆರ್. 2009 'ಜನರನ್ನು ಒಳಗೊಳ್ಳುವ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ' ಹೈದರಾಬಾದ್ ಕರ್ನಾಟಕ ಪ್ರದೇಶ, ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ.
10. ಚಂದ್ರಶೇಖರ ಟಿ.ಆರ್. 2010 'ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಆಹಾರದ ಹಕ್ಕು' ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ ಪ್ರಸಾರಾಂಗ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ.
11. ನಾಗರಾಜ ಶೆಟ್ಟಿ ಎಚ್. 2002, 'ಕೃಷಿ ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ' ಸಹನಾ ಪ್ರಕಾಶನ, ಬೆಂಗಳೂರು.
12. ಪಾರ್ಥಸಾರಥಿ ಅರಳುಮಲ್ಲಿಗೆ, 2001, ಶ್ರೀ ಪೂರ್ಣಪ್ರಜ್ಞ ವಿದ್ಯಾಪೀಠ, ಬೆಂಗಳೂರು
13. ಪ್ರಕಾಶ ಯಸ್. 2009, 'ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಕಿರು ಹಣಕಾಸಿನ ಪಾತ್ರ' ಬೆಳ್ತಂಗಡಿ ತಾಲೂಕಿನ ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ' ಎಂ.ಫಿಲ್ ಪ್ರಬಂಧ, ಡಾ. ಹಾಮಾನಾ ಸಂಶೋಧನ ಕೇಂದ್ರ, ಉಜಿರೆ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ.

14. ಬೈರಪ್ಪ ಕೆ. 2005, 'ಸಮಗ್ರ ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಮಾಜ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ' ಸ್ವಪ್ನ ಬುಕ್ ಹೌಸ್, ಬೆಂಗಳೂರು.

15. ಮಹಾದೇವ ಎಂ ನಿಂಬರಗಿ. 2008, 'ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ' ಎಂ.ಫಿಲ್ ಪ್ರಬಂಧ, ಬಿ.ಆರ್ ವರೂರ ಸಂಶೋಧನಾ ಕೇಂದ್ರ ಹಾರೋಗೇರಿ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ.

16. ಮೂರ್ತಿ ಟಿ.ಎಚ್. 2007, 'ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಅಭಿವೃದ್ದಿ : ಕರ್ನಾಟಕದ ಒಂದು ತೌಲನಿಕ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ' ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ, ಸ. 6(2).

17. ವರ್ಮುಡಿ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ, 2001, 'ಅಡಿಕೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಂದು–ಇಂದು–ಮುಂದು' ವರ್ಮುಡಿ ಪ್ರಕಾಶನ, ಅಡ್ಯನಡ್ಕ.

18. ಶಶಿಧರ ಕೆ.ಸಿ 2000, 'ಕೃಷಿ ನಿರಂತರತೆಯಲ್ಲಿ ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲದ ಪಾತ್ರ' ಪಿ.ಹೆಚ್.ಡಿ. ಪ್ರಬಂಧ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ.

19. ಶಂಕರ ಎಸ್. 2009, 'ನಂಜನಗೂಡು ತಾಲೂಕಿನಲ್ಲಿ ತಂಬಾಕು ಬೆಳೆ' ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ, ಎಂಫಿಲ್ ಪ್ರಬಂಧ ಡಾ.ಹಾ.ಮಾ.ನಾ. ಸಂಶೋಧನಾ ಕೇಂದ್ರ ಉಜಿರೆ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ,

20. ಶ್ರೀಪತಿ ಕೆ.ಪಿ. 2009, 'ಸಮಾಜ ವಿಜ್ಞಾನಗಳಲ್ಲಿ ಪರಿಮಾಣಾತ್ಮಕ ಸಂಶೋಧನ ವಿಧಾನ' ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ, ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ ಸಂ. 7. (1) ಮತ್ತು ಸಂ 7(2)

21. ಶೇಷಾದ್ರಿ ಬಿ. 2002 ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಅಸಮಾನತೆ ಕರ್ನಾಟಕದ ಅನುಭವಗಳು' ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ, ಸಂ 1(2)

22. ಸೋಮಶೇಖರ್ ಎಚ್. 2009, 'ಕೃಷಿ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳು' ಕೋಲಾರ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ, ಪಿ.ಹೆಚ್.ಡಿ. ಪ್ರಬಂಧ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ.

23. ಹೇಮಲತಾ, 2009, 'ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಲಿಂಗ ಸಂಬಂಧಿ ಆಯಾಮಗಳು' ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಅಧ್ಯಯನ, ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ, ಸಂ 7(1) ಮತ್ತು ಸಂ 7(2).

ನಿಯತಕಾಲಿಕೆಗಳು

1. ರಾಕೇಶ ಕುಂಜೂರು – 'ಬೀದಿ ಪಾಲಾಗುವ ಭೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಟ್ಟಿಗುಳ್ಳ ಕೃಷಿಕರು' ಉದಯವಾಣಿ, ಜನವರಿ 13, 2007.

2. ನರೇಂದ್ರ ಹೆಗಡೆ – 'ಲಖನೌ ಸಮ್ಮೇಳನ ತೋಟಗಾರಿಕೆಗೆ ತೋರಿಸೀತೇ ಹಾದಿ' ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ, ಜುಲೈ 11, 2007.

3. ರಾಕೇಶ ಕುಂಜೂರು – 'ಪಡುವಣ ತೀರದ ವಿಶಿಷ್ಟ ಬೆಳೆ ಮಟ್ಟು ಗುಳ್ಳ' ಉದಯವಾಣಿ, ಡಿಸೆಂಬರ್ 18, 2007.

4. ಪ್ರಕಾಶ ಸುವರ್ಣ ಕಟಪಾಡಿ – 'ನೆಲಕಚ್ಚಿದ ಮಟ್ಟುಗುಳ್ಳ' ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ, ಮಾರ್ಚ್ 31, 2008.

5. ಪ್ರಕಾಶ ಸುವರ್ಣ ಕಟಪಾಡಿ – 'ಮಟ್ಟುಗುಳ್ಳ – ಇದು ಮಟ್ಟು ಎಂಬ ಊರಿನ ಕೊಡುಗೆ' ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ, ಡಿಸೆಂಬರ್ 4, 2009.

REFERENCE

1. AGARWAL AN, 2005, Indian Economy : Problems of Development and Planning; Wishwa Prakashan New Delhi.
2. AGAWAL N L 1999, Marketing Costs, Margin, and Price Spread for Agricultural Commodities in Rajasthan. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 12(3):122-132.
3. ALEMAYEHU AMERA 2002, Production and Price Behaviours of Potato in Karnataka state. An Economic Analysis, *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.
4. ANILKUMAR AND ARORA, V.P.S., 1999, Post-harvest Management of Vegetables in Uttar Pradesh hills. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2): 6-14.
5. ANITHA H.S., 1996, Marketing of Areca nut: A Case Study of Shimoga District, *Ph.D. Thesis* University of Mysore, Mysore.
6. ANNESH D. NAIK., 1993, Production and Marketing of Onion in Bijapur District, Karnataka – An Economic Analysis. *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.
7. ANONYMOUS., 2002, Comparison of Costs and Returns per Hectare Moong, Gram, Maize, Wheat, Musturd and Cotton. Agricultural Situation In India, 24(2);73-78.
8. ARVIND. KUMAR, 2000, Performance of India's Rice Export. *M.Sc., (Agri) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Bangalore.
9. ARYA, A., 1991, Spatial Integration of Regulated Markets in Kheda District of Gujarat. *Indian Journal of Agricultural Marketing.* 5(2): 207-209.
10. ASHALATHA, 2000, Export Trade Performance of Indian Cashew, *M.Sc., (Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Bangalore.

11. ATIBUDHI, H. H., 1999, Marketing Finance for Vegetable Crops with Special Reference to Marginal and Small Farmers in Cuttack District, Orissa. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2) : 98-101.

12. BABU SURESHCHANDRA, 2008, The Hindu Survey of Indian Agriculture.

13. BALAPPA S.R. AND HUGAS L.B., 2003, An Economic Evaluation of Onion Production and its Marketing System in Karnataka, *Indian Journal of Agricultural Marketing. 46(2): 22-26.*

14. BALAPPA SHIVARAYA 2000, Economic Performance of Production, Marketing Export of Vegetables in North Karnataka. *Ph.D., Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

15. BASAVARAJ C RAJUR 2007, Production and Marketing Performance of Chilli in Karnataka – An Economic Analysis, *Ph.D. Thesis* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

16. BERI G C. 2003, Statistics for Management. Tata Mc Graw Hill Publishing Company, New Delhi.

17. BHATTA, R. AND BHAT, A.R.S., 1988, An Economic Analysis of Price and Supply of Areca Nut in Karnataka: A Case Study of Sirsi and Mangalore Markets. *Journal of Institute of Economic Research,* 23(1): 46-48.

18. BIRARI K.S., NAVADKAR D.S., AND DORGE.J.T., 2004, Marketing Efficiency of Cole Vegetables in Western Maharastra, *Indian Journal of Agricultural Marketing* , 24(3) : 23-28.

19. BIRUKAL, B.Y., 2001, Statistical Analysis of Price and Arrivals of Cotton in Selected Regulated Markets of Northern Karnataka. *M.Sc.,(Agri)Thesis.* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

20. BONY, P B, 1996, Constraints in Commercial Production of Vegetables. *Journal of Tropical Agriculture.* 34(2); 159-160.

21. CHAHAL, S.S., MANN, G.S. AND SINGH, B., 1997, Marketing of Tomato Temporal and Spatial Analysis. *Agricultural Marketing,* 40(2): 32-37.

22. CHAUHAN, R.S., SINGH, J.N. AND THAKUR, D.R., 1999, Marketing of Vegetables in Uttar Pradesh. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2) : 56-57.

23. CHAUHAN, R.S., SINGH, J.N. AND THAKUR, D.R., 1998, Producers Share in Vegetables in Azomgarh District of Uttar Pradesh. *Indian Journal of Agricultural Marketing.* 12(3) : 104-105.

24. CHOLE V.M., TALATH J.M., AND NAIK V.G., 2003, Price Spread in Marketing of Brinjal in Maharastra state, *Indian Journal of Agricultural Marketing* 46(2) : 5-8

25. DALAWI, A., 2004, Production and Marketing of Cotton in Karnataka – An Economic Analysis. *Ph.D. Thesis,* Karnataka University. Dharwad.

26. DHONGADE, M.P. AND DANGAT, S. B., 1985, Socio-Economic Benchmark Survey of the Sina Medium Irrigation Project Command Area in Maharashtra, Mahatma Phule Agricultural University, Rahuri, Maharashtra.

27. DINAKAR, B.L., 1990, Commodities System of Edible Oilseeds ; A Case Study of Groundnut in Karnataka. *Fellow Thesis,* National Institute of Bank Management, Pune.

28. DURGA, C., 1999, Public Intervention in the Marketing of Vegetables : The Case Study of Rytu Bazaar in Vishakhapatnam. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2) : 137-143.

29. DUTT RUDDAR AND SUNDARAM KPM, 2008, Indian Economy- S Chand & Company Ltd. New Delhi.

30. DYAMANNAVAR G D 2000, Economics of Gherkin Production and Trade in Haveri District. Karnataka *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

31. FOOD AND AGRICULTURAL ORGANISATION, 2003, 25th Regional Conference Report.

32. FOOD AND NUTRITION BOARD, Academy of Sciences National Research Council, Washington

33. GANDHI VASANTH P AND NAMBOODIRI VN., 2002, Marketing of Fruits and Vegetables in India, Centre for Management in Agriculture, Indian Institute of Management Ahmadabad.

34. GIRISH,M.R., 1995, An Econometric Analysis of Arrivals and Prices of Potato in Major Markets of Karnataka. *M.Sc.,(Agri.) Thesis* University of Agricultural Sciences, Bangalore.

35. GULATI, A., SHARMA, A. AND SHARMA, C., 1994, Export Competitiveness of Selected Agricultural Commodities. Unpublished *NCAER Report*, New Delhi, pp. 84-238

36. HOSAMANI, S.B., GUMMAGOLMATH, K.C. AND SAVADATTI, P.M., 2001, Trends in Arrivals and Prices of Groundnut and Cotton in Dharwad Market. Agricultural marketing – Intervention and Innovation. Ed. K. H. Vedini. Mange, pp. 215-223.

37. INDIAN COUNCIL OF MEDICAL RESEARCH Report, 2008

38. JAIN NARAYAN SHARMA, 2003., Alternative Economics. Economics of Mahatma Gandhi and Globalization – Deep & Deep Publishers New Delhi. PP 107.

39. JAIN SC, 1971, Principles and Practice of Agricultural Marketing and Prices Vora & Co. Publishers Pvt. Ltd. Bombay.

40. JAIRATH, M.S., 1997, Operational Efficiency in Fruit and Vegetables Market- A Case Study, *Indian Journal of Agricultural Marketing,*11(1&2): 92-93

41. JYOTISH. P.N. AND DINDA, S., 2003, Market Integration : An Application for Error Correlation Model to Potato Market in Hooghly District, West Bengal. *Indian Journal of Agricultural Economics,* 58(4): 742-751.

42. KAINTH, G.S. AND MEHRA, P.L., 1988, Seasonality Pattern of Market Arrival and Price of Potatoes in Punjab. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 2(1) : 113-120.

43. KANTHARAJU, 1989, A Study on Adoption of Improved Practices of Coffee and Cardamom by Small Farmers in Hassan District of Karnataka. *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Bangalore

44. KAPILA RAJ & UMA KAPILA, 2006, 'Economic Development In India, Academic Foundation : New Delhi

45. KARISOMANAGOUDAR, R.S., 1990, Economics of Production and Marketing of Rain fed Onion in Gadag Taluk of Dharwad District. *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Bangalore.

46. KAUL GL. 1997, Horticulture In India, Production, Marketing and Processing *Indiana Journal of Agricultural Economics.*

47. KERUR, N.M., 1996, Production and Marketing of Sunflower in Northern Karnataka. M.Sc. (*Agri*) Thesis. University of Agricultural Sciences, Dharwad.

48. KERUR, N.M.,BANAKAR, B., MURTHY, H.G.S. AND MANJUNATH S., 1997, Sunflower Production in North Karnataka – An Economic Analysis. *Karnataka Journal of Agricultural Sciences. 10(4) : 1132-1138.*

49. KIRESUR, V.R., 1987, An Economic Analysis of Marketing of Vegetables in Dharwad and Hubli Markets - *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

50. KISHORE KUMAR D 2004, Post Harvest Losses of Major Vegetables in Karnataka – An Economic Analysis *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

51. KOPPAD, M.B., 1993, Economics of Cropping Systems in Malaprabha Command area (Karnataka State), *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

52. KOTHAI KRISHNA, 1993, Economic Impact of Rural Development Projects on Small Farmers Ph.D. Thesis Mangalore University,

53. KOUJALAGI, C.B., 1990, An Economic Analysis of Production and Marketing of Pomegranate in Bijapur District, Karnataka. *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

54. LOBO NORBERT, 2009, Indian Economy, Issues and Reforms Mangala Publications, Mangalore.

55. LUMPKIN TA, K WEINBERGER AND S MOORE, 2006, Increasing Income Through Fruits and Vegetable Production: Opportunities and Challenges. Marakesh, Morocco. p. 10

56. LUNNDY M., Et.Al, 2004, Increasing The Competitiveness Of Market Chains for Small Holder Producers. International Center for Topical Agriculture, Colombia

57. MADAN, M.S., SINGH R.V. AND SINGH M.L. 1999, Economics of Production and Marketing of Cauliflower in Ranchi District of Bihar. *The Bihar Journal of Agricultural Marketing,* 7(1): 28-35.

58. MAHANTESH, N., 2002, Economic and Environmental Issues Related to Use of Agrochemicals in Cotton Production in Belgaum District. *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

59. MALI, B., NAWADKAR, D.S., SALE, D.L. AND PAGIRE, B.V., 1999, Trends in Arrivals and Prices of Fruits and Vegetables in Pune Regulated Markets of Maharashtra. *Indian Journal of Agricultural Marketing.* 13(2) : 32.

60. MANGALA K.P., AND CHENGAPPA P.G., 2008, A Novel Agribusiness Model for Backward Linkages with Farmers. A Case Study of Food Retail Change, *Agricultural Economics Research Review. Vol. 21.*

61. MATANI A.G. 2007, International Conference on Marketing and Society.

62. MATHUR and EZEKIEL 1961, Marketing Surplus of Food and Price Fluctuation in a Developing Economy.

63. MENDONZA G, 1995, A Primer on Marketing Channels and Margins, Lynn Reinner Publishers, London

64. MISHRA, J.P., VISHWAKARMA, R. S. AND RAWAT. S.K., 1999, Production and Marketing of Chillies. *The Bihar Journal of Agricultural Marketing.* 7(1) : 336-343

65. MISRA SK & PURI VK , 2008, Indian Economy Himalaya Publishing House, New Delhi.

66. MITRANNAVAR, D. M. AND GUMMAGOLMATH, K.C., 1998, Seasonal Indices of Arrivals and Prices and Market Concentration of Potato in Regulated Markets of Northern Karnataka. *Bihar Journal of Agricultural Marketing.* VI(3) : 332-339.

67. MOTI JALETA, 2007, Econometric Analysis of Horticultural Production and Marketing in Ethiopia, Ph.D., Thesis. Wageningen University, Netherland.

68. MUNDINAMANI, S.M., 1993, Production and Marketing Performance of Oilseeds in Karnataka : An Econometric Analysis. *Ph.D. Thesis.* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

69. MURTHY NARASIMHA, 1988, Regulated Markets in Rural Economy, Ajantha Publishing Company, Delhi.

70. NAGARAJ, N., CHANDRAKANTH, M.G., AND RAMANNA R., 1985, Market Appraisal for a few Fruits and Vegetables, *Indian Journal of Marketing* 16(4) : 13-19

71. NAIK, A.D., SHANKARAMURTHHY, H.G., ADVANI M.R. AND KOPPAD, M.B., 1997, Economics of Onion Production in Bijapur District. Karnataka, *Karnataka Journal of Agricultural Sciences,* 10(4): 1105-1109

72. NANJA REDDY, C., HIREMATH, K.C. AND HUDSON, E.H., 1990, Farm Planning Manual, Department of Economics, University of Agricultural Sciences, Bangalore.

73. NARAPPANAVAR, S.R. AND BAVUR, S.B., 1998, The Marketing of Potato: A Case Study in Dharwad District of Karnataka. *The Bihar Journal of Agricultural Marketing,* 6(2): 154-159.

74. NARASIMHA REDDY. T., 1986, Problems and Prospects of Production and Marketing of Cotton in Karnataka state – A Case Study of Small Farmers of Raichur District. *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

75. NASURUDEEN, P. AND BALAKRISHNAN, V., 1996, Agricultural Exports: Prospects and Problems. The Bihar Journal of Agricultural Marketing, 4(4) : 323-330.

76. NATIONAL HORTICULTURAL BOARD KARNATAKA Annual Report, 2009-10.

77. NATIONAL HORTICULTURAL BOARD, Report 2000-01 to 2009- 10.

78. NAWADKAR, D.S., MALI, B.K. AND BIRADAR, K.S., 1999, Price and Supply Varieties of Cole Vegetables. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2) : 40-41.

79. NCERT, 2007, Indian Economic Development, NCERT Publications New Delhi.

80. PANDEY AK, 2006, The Hindu Survey of Indian Agriculture.

81. PANDEY, R.K. AND SARUP, S., 1992-94, On Farm Investigation Into Yield Gaps and Constraints in Crop Productivity, *Artha Vikas,* pp. 28-30.

82. PANT. D.C., KUMAR, S., 1999, Marketing of Tomato by Producer of Adopted Villages : A Study of Kaisamanad Pal Area of Rajasthan. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2) : 105-106.

83. PARTHASARATHY, P.B., RAMMOHAN, V. AND HEMACHANDRU, K.,1988, Price Behaviour of Vegetables in Hyderabad Markets. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 2(1) : 124-185.

84. PARMAR, G.D., KHUNT, K.A. AND DESAI, D.B., 1994, Marketing of Vegetables in South Gujarat. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 8(2): 258-263

85. PATEL, A., 2000, Market Integration And Pattern of Market Arrivals of Rapeseed – Mustard in Mehasana District of Gujarat. Agricultural Marketing. XLII (4): 24-29.

86. PATEL, D.A, PATEL, A.JH. AND ANTANI, K.L., 1999, Marketing of Cabbage and Cauliflower Grown in Baskantha District of North Gujarath. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2) : 34-35.

87. PATEL, G.N., PATEL, R.M., PATEL, H.A., KHATRA, R.G. AND GONDALIA, V.K., 1997, Marketing Efficiency – A Case of Anand Vegetable Market. *Indian Journal of Agricultural Marketing.* 11(1&2): 87-88.

88. PATIL, H.N., 1989, Marketing of Alphanso Mangoes in Maharastra, Journal of Maharastra Agricultural University, 14: 244-245.

89. PATIL V.T. and LOHAPUR. TA. 1983, Gandhi's Concept of Decentralization Analysis. Gandhi Sterling Publishers Delhi.

90. PATTANASHETTI M.G., 1987, An Economic Analysis of Marketing of Potato in Dharwad District, Karnataka State – A Case Study in Selected Regulated Markets. *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

91. PETER KV ET AL , 2008, Diversification is important The Hindu survey of Indian Agriculture,

92. RAI MATHURA, 2006, Focus to be on Vertical Expansion The Hindu Survey of Indian Agriculture,

93. RAI N & YADAV DS, 2005, Advances in Vegetable Production. Research co. Book Centre New Delhi

94. RAJENDRA PRASAD, V., RAJU, V.T. AND SHAREEF, S.M., 2001, Study of Costs and Returns in Cotton Production vis-avis its Competing Crops in Guntur Districts of Andhra Pradesh. *Agricultural Situation in India,* LVIII : 375-376.

95. RAJESHWARI Y, 2005, Vegetable Marketing Agricultural Situation in India. 7-(2)-16-19

96. RAJGOPAL, 1987, Economics of Fruit Production and Marketing in India. A Case Study of Selected Crops. *Indian Journal of Agricultural Economics*. 42:465.

97. RAMAMOORTHY, K., 1996, Economics of Rain Fed Cotton Production in Tamil Nadu. *Annual Report for 1995-96,* Central Institute for Cotton Research, Nagapur, pp. 79-80.

98. RAMESHKUMAR, S.C., SURYAPRAKASH. S., NANJAREDDY, C AND VENKATRAM, J.V., 1993, Economic Analysis of Hybrid Tomato Production in Anekal taluk, Bangalore District, *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Bangalore.

99. RANGI P S, 2007, Marketing Problems of Fruits and Vegetables in India, Fruits & Vegetables SANDHU AS ETAL Punjab Agricultural University 73-75

100. RASHMI P, 2006, Food Consumption & Nutrition Indian Journal of Agricultural Economics, 61(3)-27-30

101. SADHAN KUMAR, 2009, Enhancing Productivity is non availability of quality seeds. The Hindu, Survey of Indian Agriculture.

102. SAIKAT. S AND NAIR, S.R., 1994, International Trade and Pepper Price Variations: A Co-integration Approach. *Indian Journal of Agricultural Economics,* 49(3):417-425.

103. SAIN, I., TOOR, M.S. AND AGGARWAL, M., 1999, An Economic Analysis of Winter Tomato Crop Around Ludhiana City. *The Bihar Journal of Agricultural Marketing.* 7(1) : 83-88.

104. SAXENA, R., ARORA, V.P. S. AND SINGH, N.P., 1999, Evaluating Physical Distribution Efficiency of Vegetables : A Case Study in Uttara Pradesh Hills. *Indian Journal of Agricultural Marketing.* 42(3) : 49-50.

105. SCOTT G.J., 1995, Prices, Products and People : Analyzing Agricultural Markets in Developing Countries, Lynne Reinner Publisher, London

106. SENGUPTA SHIVANI 2004, Indian Agriculture ABD Publishers Jaipur.

107. SEN K LALIT 1971, the Need for Micro level planning in India. National Institute of Community Development. PP 3-9.

108. SHAMSHER SING AND S.K., CHAUHAN, 2004, Marketing of Vegetables in Himachal Pradesh, *Indian Journal of Agricultural Marketing* 47(3) : 5-9.

109. SHARMA, K.C. AND SHARMA, A.K., 1996, Levels of Variation in Wholesale Prices and Exports of Selected Vegetables of India. *The Bihar Journal of Agricultural Marketing,* 4(2) : 132-143.

110. SHARMA KESHAV, 1991, Marketing Management of Horticultural Produce, Deep & Deep Publisher, New Delhi

111. SHARMA, R.C. AND PANT. D.C, 1988, Impact of Regulation on Marketing of Vegetables. *Indian Journal of Marketing,* 2(1) : 91-92.

112. SHARMA, R.K., SHARMA, S.K. AND THAKUR, R.K., 1995, Marketing of Vegetables in Himachal Pradesh. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 9(1): 44-50.

113. SHASHIKUMAR, H.S., 1987, Economics of Production and Marketing of Rain Fed Potato in Hassan Taluk Karnataka. *M.Sc., (Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Bangalore.

114. SINGH ANANDKUMAR AND SINGH ANILKUMAR, 1999, Production and Marketing of Vegetables Crops in Varanasi District of Uttar Pradesh. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2): 34.

115. SINGH, B., SINGH, V.K. AND KHATKAR, R.K., 1999, Marketing of Tomatoes in Hoshiapur Districts of Punjab, *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2) : 40.

116. SINGH, J. P. AND ATIBUDHI, H.N., 1985, Economics of Pulse Cultivation in Cuttack – Sador block of Cuttack District, Orissa. *Agricultural Situation in India,* 40(8) : 701-704

117. SINGH, M., 1997, Economics of Production and Marketing of Vegetables – A Case Study in Patna Block of Jabalpur District. *Agricultural Marketing,* 40(2): 18-20.

118. SINGH MAHESH KUMAR, Et Al, 1985, Price Spread of Vegetable Marketing, *Indian Journal of Agricultural Economics, 40(3)*

119. SINGH N.P, 2003, Fruits and Vegetable Preservation Oxford Book Co. Jaipur

120. SINGH, H P & PREMNATH & SUDHA DUTTA, 2005, State of Indian Farmer 11, (Horticultural Development) Ministry of Agriculture, Govt. of India.

121. SINGH RAMSH. 2008, Indian Economy TATA Mc Grow Hill Publishing Co, Ltd. New Delhi,

122. SINGH, R.I., SINGH, G.N. AND GUPTA, B.K., 1988, Marketing of Potato in Regulated Mandi District-Farlukhbad (Uttar Pradesh) – A Case Study. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 2 (1): 88-89.

123. SINGH SHAMSHER AND CHAUHAN S K, 2004, Marketing of Vegetables in Himachal Pradesh, Indian Journal of Agricultural Marketing. 47 (3). 5-9.

124. SINGHAL OP & SAMUEL DVK, 2007, Post-harvest Handling of Fruits and Vegetables, Fruits and vegetables, SANDHU AS Punjab Agricultural University, 5-10

125. SRIVASTAVA G.C, 1993, An Empirical Investigation Into Production, Marketing and Export Potential of Vegetables in Bihar. Bihar Journal of Agricultural Marketing 1(3)339-349

126. SUBBANARASAIAH N, 1991, Marketing of Horticultural Crop In India, Anmol Publishing Co., Delhi

127. SUNDARESAN, R. AND MENON. P., 1994, An Analysis of Production, Export and Price Variation in Tea. *Bihar Journal of Agricultural Marketing,* II(4) : 359-364.

128. SWAMINATHAN M.S.,1996, Sustainable Agriculture Towards an Evergreen Revolution.,

129. THAKUR, D.S., THAKUR, D.R., SHARMA, K.D., AND SANJAYA, 1994, Vegetable Revolution and Economics in Himachal Pradesh. *Bihar Journal of Agricultural Marketing.* 2(2): 145-151.

130. THE INDIAN SOCIETY OF AGRICULTURAL ECONOMICS. 1972, Seminars on Emerging Problems of Marketing of Agricultural Commodities. TISAE. Bombay,

131. TYAGI B P 2005, Agricultural Economics and Rural Development Jai Prakash Netas & Co. Meerut,

132. VARMUDI VIGNESHWARA, 2001, Marketing of Vegetables in India, Daya books New Delhi.

133. VARMUDI VIGNESHWAR, 1990, Marketing of Horticultural products, Facts for you October.

134. VASUDEVA, N. AND CHOWDRY, K.R., 1999, Marketing of Tomato in Andhra Pradesh. *Indian Journal of Agricultural Marketing,* 13(2) : 53.

135. VENKATARAMANA, M.N., 1994, Economics of Tomato Production and Marketing – A Study in Kolar District of Karnataka. *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Bangalore.

136. VIGNESHWARA V, 1989, Weekly village Markets and Rural Development – A Case study of Dakshina Kannada: *Ph.D. thesis* Mangalore University,

137. VINAYAKA N. V., 2005, Economics of Contract Farming – A Study of Ashwagandha in North Karnataka *M.Sc.(Agri.) Thesis,* University of Agricultural Sciences, Dharwad.

138. VIVEKANANDA, 1999, Problems and Prospects of Agricultural Development in Karnataka. *Occasional Paper – 9,* NABARD.

139. WALTER D SOUZA, 2003, Gulf Migration And its Socio-Economic Impact – A study with reference to Dakshina Kannada District. *Ph.D. thesis*, Kannada University Hampi.

Web Sites.

1. www.postharvestindia.com
2. www.apeda.com (Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority)
3. www.fao.org
4. www.des.kar.nic.in (Annual Season and Crop Report-Karnataka)
5. www.karunadu.gov.in
6. www.horticulture.kar.nic.in
7. www.nhb.gov.in
8. www.ksamb.gov.in (Karnataka State Agricultural Marketing Board)
9. Economic survey of Karnatak 2009-10
10. www.rural.nic.in
11. www.india.gov.in
12. www.icar.org.in
13. www.commerce.nic.in
14. www.finance.nic.in
15. www.planningcommission.nic.in
16. www.epw.org.in
17. www.rbi.org.in
18. www.worldbank.org

ಪ್ರಶ್ನೆ ಮಾಲಿಕೆ I

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆ. – ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ

ಕೃಷಿಕ ಪ್ರತಿನಿಧಿ

ನಂ:____________________ ದಿನಾಂಕ ____

ಪ್ರಥಮ ಭಾಗ – ಸಾಮಾನ್ಯ ಮಾಹಿತಿ :

1. ಹೆಸರು :
2. ಗ್ರಾಮ :
3. ತಾಲೂಕು :
4. ಪ್ರಾಯ : A. 25 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. 25–40 ವರ್ಷ C. 40–60 ವರ್ಷ D. 60 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು
5. ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಅನುಭವ : A. 0–5 ವರ್ಷ B. 5–10 ವರ್ಷ C. 10 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು
6. ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಹಿನ್ನೆಲೆ : A. ಪ್ರಾಥಮಿಕ B. ಮೆಟ್ರಿಕ್ C. ಪದವಿ D. ಅನಕ್ಷರಸ್ಥ
7. ಕುಟುಂಬ ಸದಸ್ಯರ ಸಂಖ್ಯೆ : A. 1–4 B. 5–8 C. 8 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು
8. ಜಾತಿ : A. ಪ. ಜಾತಿ / ಪ. ಪಂಗಡ B. ಇತರ ಹಿಂದುಳಿದವರ್ಗ C. ಅಲ್ಪ ಸಂಖ್ಯಾಕರು D. ಸಾಮಾನ್ಯ
9. ತರಕಾರಿ ಕೃಷಿಯಿಂದ ಜೀವನ ಮಟ್ಟ ಸುಧಾರಿಸಿದೆಯೇ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

11. ಭೂಹಿಡುವಳಿ–ಸ್ವಂತ ಭೂಮಿ(ವಿಸ್ತೀರ್ಣ) : A. ಒಂದು ಎಕರೆಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. 1–5 ಎಕರೆ C. 5–10 ಎಕರೆ D. 10 ಎಕರೆಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು
12. ಗುತ್ತಿಗೆ ಆಧಾರದಲಿ ಭೂಹಿಡುವಳಿ ಹೊಂದಿರುವಿರಾ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.
13. ಗುತ್ತಿಗೆ ಭೂಮಿಯ ಗುತ್ತಿಗೆ ವೆಚ್ಚ (ಒಂದು ಎಕರೆಗೆ):

    A. ರೂ.500 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. ರೂ.500-1000 C. ರೂ.1000 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.
14. ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಮಾಹಿತಿ

	ಬೆಳೆ	ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಹುಟ್ಟುವಳಿ(ಕ್ವಿಂ)
A.	ಬದನೆ		
B.	ಬೆಂಡೆ		
C.	ಬೂದುಕುಂಬಳ		
D.	ಸೌತೆ		
E.	ಸಿಹಿಗೆಣಸು		

15. ಸ್ವಂತ ನೀರಾವರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ – A. ಇದೆ B. ಇಲ್ಲ

16. ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಯಾಗಳಿಗೆ ಇತರ ಕೆಲಸದಾಳುಗಳ ಅವಶ್ಯವಿದೆಯೇ – A. ಇದೆ B. ಇಲ್ಲ

17. ಇದ್ದರೆ ಕೂಲಿ ಕೆಲಸದಾಳುಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ : A. 1–3 B. 4–6 C. 7–9

18. ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ವೇತನ (ದಿನಗೂಲಿ):

A. ರೂ.200 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. ರೂ.200-300 C. ರೂ.300 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.

19. ಕ್ಲಪ್ತ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವು ದೊರಕಿದೆಯೇ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

20. ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವಿನ ಬಗ್ಗೆ ಕೃಷಿ ಇಲಾಖೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಹೊಂದಿರುವಿರಾ? :

A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

II. ವಾರ್ಷಿಕ ಉತ್ಪಾದನಾ ಪ್ರಮಾಣದ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ (ಎಕರೆ ವಾರು)

ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆ	ಪ್ರಮಾಣ	ಸರಾಸರಿ ಧಾರಣೆ
A. ಬದನೆ		
B. ಬೆಂಡೆ		
C. ಬೂದುಕುಂಬಳ		
D. ಸೌತೆ		
E. ಸಿಹಿಗೆಣಸು		

III. ವೆಚ್ಚದ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ (ಎಕರೆವಾರು) : ಒಂದು ಎಕರೆಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಯಲು ಭರಿಸಬೇಕಾದ ಸಮಾಗ್ರಿಗಳ ವೆಚ್ಚ

ಪ್ರಾಥಮಿಕ ವೆಚ್ಚಗಳು	ಪ್ರಮಾಣ	ಸ್ವಂತ	ಖರೀದಿ	ಒಟ್ಟು	ವೆಚ್ಚ
1. ಗುತ್ತಿಗೆಯ ಭೂಮಿಯ ವೆಚ್ಚ					
2. ತರಕಾರಿ ಬೀಜದ ಮೌಲ್ಯ					
3. ಬೀಜ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ವೆಚ್ಚ					
4. ಸಾವಯವ ಗೊಬ್ಬರ ವೆಚ್ಚ					
5. ರಾಸಾಯನಿಕ ಗೊಬ್ಬರ ವೆಚ್ಚ					
6. ಕ್ರಿಮಿನಾಶಕ / ಕೀಟನಾಶಕ ವೆಚ್ಚ					
7. ನೀರಾವರಿ ವೆಚ್ಚ					
ಕೂಲಿ ವೆಚ್ಚ					
1. ಬೀಜೋತ್ಪಾದನೆಗೆ ಕೂಲಿ					
2. ಮಣ್ಣು ಹದಮಾಡಲು ಕೂಲಿ					
3. ಗೊಬ್ಬರ ಬಳಸುವಿಕೆ ಕೂಲಿ					
4. ಕಳೆ ಕೀಳುವಿಕೆ					
5. ನೀರುಣಿಸಲು ಕೂಲಿ					
6. ಕ್ರಿಮಿನಾಶಕ ಬಳಕೆಗೆ ಕೂಲಿ					
7. ತರಕಾರಿ ಕೊಯ್ಲು ವೆಚ್ಚ					
8. ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚ					
9. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೆಚ್ಚ					
ಇತರ ಯಾವುದಾದರೂ ವೆಚ್ಚಗಳು					

IV ಲಭ್ಯವಿರುವ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ನೆರವಿನ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ

ಉತ್ಪಾದನೆ ಸಂಬಂಧಿ	ಸರಕಾರದಿಂದ	ಸರಕಾರೇತರರಿಂದ	ಇತರರಿಂದ(ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ)
1. ಬೀಜ ಪೂರೈಕೆ			
2. ಬೀಜ ಸಂಸ್ಕರಣೆ			
3. ರಸಗೊಬ್ಬರ ಪೂರೈಕೆ			
4. ತಾಂತ್ರಿಕ ಸಹಾಯ			
5. ಹಣಕಾಸು ನೆರವು			
6. ಮಾಹಿತಿ ಪೂರೈಕೆ			
7. ಕ್ರಿಮಿನಾಶಕ/ಕೀಟನಾಶಕ			
8. ಇತರ ಸಹಾಯ (ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ)			
ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಬಂಧಿ			
1. ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ			
2. ಬೇಡಿಕೆ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ			
3. ಸಾಗಾಟ ಸಹಾಯ			
4. ಶೇಖರಣೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ			
5. ವರ್ಗೀಕರಣ ಬಗ್ಗೆ			
6. ಬೆಲೆಗಳ ಏರಿಳಿತದ ಬಗ್ಗೆ			
7. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಿವಿಧಾನ ಬಗ್ಗೆ			
8. ಹಣಕಾಸು ನೆರವು			
9. ಇತರ ಸಹಾಯ (ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ)			

V. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿ

21. ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಿಡುಗಡೆಗೊಳಿಸುವ ಸಂದರ್ಭಗಳು ಎಷ್ಟು?

A. ತಿಂಗಳಿಗೊಮ್ಮೆ B. ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಎರಡುಸಲ

C. ವಾರಕ್ಕೊಮ್ಮೆ D. ವಾರದಲ್ಲಿ 2 ಬಾರಿ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚು

22. ನಿಮ್ಮ ಆಯ್ಕೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಯಾವುದು?

A. ಸ್ಥಳೀಯ B. ಪಟ್ಟಣ C. ತಾಲೂಕು ಕೇಂದ್ರ D. ಜಿಲ್ಲಾ ಕೇಂದ್ರ

23. ಬೆಳೆಗಳ ಬೆಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸುವಿರಾ : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

24. ಹೌದಾದರೆ A. ಪ್ರತಿ ದಿನ B. ವಾರಕ್ಕೆರಡು ಬಾರಿ C. ವಾರಕ್ಕೊಮ್ಮೆ D. ಪಾಕ್ಷಿಕ

25. ಯಾವಮೂಲದಿಂದ ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸುವಿರಿ?

25a. A. ರೇಡಿಯೋ B. ದಿನಪತ್ರಿಕೆ C. ಕೃಷಿಇಲಾಖೆ / ತೋಟಗಾರಿಕಾ ಇಲಾಖೆ

25b. A. ನೆರೆಹೊರೆಯವರಿಂದ B. ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ C. ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟರುಗಳಿಂದ

26. ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಮಧ್ಯೆ ತುಲನೆ ಮಾಡುವಿರಾ? A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

27. ಹೌದಾದರೆ ಯಾವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜೊತೆಗೆ?

A. ಸ್ಥಳೀಯ B. ತಾಲೂಕು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ C. ಜಿಲ್ಲಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ

28. ಪ್ರಸ್ತುತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದ ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಯೋಗ್ಯ ಬೆಲೆ ದೊರಕುತ್ತದೆಯೇ?

A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

29. ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಬೆಲೆಗಳು ಸ್ಥಿರವಾಗಿವೆಯೇ : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

30. ಸರಕಾರದ ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆಯ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆಯೇ : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

31. ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಳ ಬೆಲೆಗಳ ಏರಿಳಿತಕ್ಕೆ ಕಾರಣಗಳೇನು?(ಶ್ರೇಣೀಕರಿಸಿ)

A. ಇತರ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಂದ ಆಮದು B. ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಿಂದಾಗಿ

C. ಪೂರೈಕೆ/ಬೇಡಿಕೆ ಏರಿಳಿತದಿಂದ D. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದ

32. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ತರಕಾರಿ ಸಾಗಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳೇನು?

A. ಸ್ವಂತ ವಾಹನ B. ಬಾಡಿಗೆ ವಾಹನ

C. ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆ D. ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಾರಿಗೆ

33. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಯಾರು ಭರಿಸುತ್ತಾರೆ.

A. ನಾವೇ B. ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ

C. ವ್ಯಾಪಾರಿ D. ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್

34. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುವ ಮುನ್ನ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಸಂಸ್ಕರಿಸುವಿರಾ ?

A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

35. ಸಂಸ್ಕರಿತ ತರಕಾರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆ ದೊರಕುತ್ತಿದೆಯೇ ? A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

36. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುವ ಮುನ್ನ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ವರ್ಗೀಕರಿಸುವಿರಾ?

A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

37. ವರ್ಗೀಕರಣಗೊಂಡ ತರಕಾರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆ ದೊರಕುತ್ತಿದೆಯೇ ?

A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

38. ತರಕಾರಿ ಸಂಸ್ಕರಿಸಲು ತರಬೇತಿ ಪಡೆದಿರುವಿರಾ? A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

39. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುವ ಮುನ್ನ ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ತೂಕ ಮಾಡುವಿರಾ?

A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

40. ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಪ್ರತಿಸಲ ಒಬ್ಬನಿಗೆ ಮಾರಾಟಮಾಡುವಿರಾ? A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

41. ಹೌದಾದರೆ ಯಾರಿಗೆ ? A. ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ B. ಸ್ಥಳೀಯ ವ್ಯಾಪಾರಿ C. ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿ D. ಎ.ಪಿ.ಎಂ.ಸಿ

42. ಯಾವಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ಒಬ್ಬರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವಿರಿ?

A. ತೂಕದಲ್ಲಿ ನಿಖರತೆ B. ಒಳ್ಳೆಯ ಬೆಲೆ C. ತಕ್ಷಣ ಪಾವತಿ

D. ಮುಂಗಡ ಪಾವತಿ E. ಪರಿಚಯ

43. ಬೆಲೆಯ ಹೊರತಾಗಿ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಂದ ಇತರ ಯಾವ ಸಹಾಯ ನಿಮಗೆ ಲಭಿಸುತ್ತದೆ.?

A. ಹಣಕಾಸು B. ಬೀಜ ಪೂರೈಕೆ C. ಗೊಬ್ಬರ

D. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿ E. ಯಾವುದೂ ಇಲ್ಲ

44. ಪ್ರಸ್ತುತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಇತರ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜತೆ ಹೋಲಿಸಿದ್ದಿರಾ?

(ಉದಾ: ಮಲ್ಲಿಗೆ, ಹಾಲು ಇತರ) A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

45. ಹೌದಾದರೆ ಪ್ರಸ್ತುತ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ತೃಪ್ತಿ ತಂದಿದೆಯೇ? A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

46. ಯಾವೆಲ್ಲಾ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ತೃಪ್ತಿ ತಂದಿದೆ. ?

A. ತೂಕದಲ್ಲಿ ನಿಖರತೆ B. ಒಳ್ಳೆಯ ಬೆಲ

C. ತಕ್ಷಣ/ ಮುಂಗಡ ಪಾವತಿ D. ಸಮೀಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ

47. ಯಾವ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಸಮರ್ಪಕವಾಗಿದೆ.

A. ಅಸಮರ್ಪಕ ಬೆಲೆ B. ತೂಕದಲ್ಲಿ ವ್ಯತ್ಯಾಸ C. ಅಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ವ್ಯವಹಾರ

D. ನಿಧಾನ ಪಾವತಿ E. ಅಧಿಕ ಸಾರಿಗೆ ವೆಚ್ಚ F. ಅಧಿಕ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚ

G. ಸಂಗ್ರಹಣಾ ಸೌಕರ್ಯದ ಅಲಭ್ಯತೆ. H. ಮಾಹಿತಿ ಕೊರತೆ I. ಕೂಲಿಗಳ ಕೊರತೆ

J. ಶೀತಲೀಕೃತ ಶೇಖರಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಕೊರತೆ

48. ಯಾವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸದೃಢಗೊಳಿಸಬಹುದು?

A. ಸೂಕ್ತ ಬೆಲೆ B. ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರತೆ C. ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ವ್ಯವಹಾರ

D. ಶೀತಲೀಕೃತ ಸಂಗ್ರಹಾಗಾರ E. ಉತ್ಪನ್ನದ ಸಂಸ್ಕರಣೆ F. ಸರಿಯಾದ ತೂಕ

G. ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ H. ಮಾಹಿತಿ I. ಸಮೀಪ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ

49. ಪರ್ಯಾಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಯಾವ ಸ್ವರೂಪದ್ದಾದರೆ ಒಳ್ಳೆಯದು.

A. ಬೆಳೆಗಾರರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ B. ಸ್ವಸಹಾಯ ಸಂಘಟನೆ C. ಬೆಳೆಗಾರರ ಒಕ್ಕೂಟ

50. ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೇನು?

A. ಭೂಮಿಯ ಅಲಭ್ಯತೆ B. ಸಣ್ಣ ಹಿಡುವಳಿ C. ಕ್ರಿಮಿನಾಶಕ / ಕೀಟನಾಶಕಗಳ ಧಾರಣೆ

D. ಯೋಗ್ಯ ಬೀಜದ ಅಲಭ್ಯತೆ E. ಬೀಜ ಸಂಸ್ಕರಣೆಯ ಕೊರತೆ F. ಕೂಲಿಗಳ ಕೊರತೆ

G. ಅಧಿಕ ಗುತ್ತಿಗೆ ದರ H. ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳ ಧಾರಣೆ I. ಬೆಳೆ ರೋಗಗಳು

J. ಕೀಟಗಳು K. ನೀರಿನ ಕೊರತೆ L. ಹಣಕಾಸಿನ ಕೊರತೆ M. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಲಭ್ಯತೆ

N. ಬೆಲೆಯ ಅಸ್ಥಿರತೆ

ಪ್ರಶ್ನೆ ಮಾಲಿಕೆ II

ಉಡುಪಿ ಜಿಲ್ಲೆಯ ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆ. – ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರತಿನಿಧಿ

ನಂ______ ದಿನಾಂಕ __________

1. ಹೆಸರು: 2) ವಿಳಾಸ:

3. ಪ್ರಾಯ : A. 25 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. 25–40 ವರ್ಷ C. 40–60 ವರ್ಷ D. 60 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು

4. ಅನುಭವ : A. 0–5 ವರ್ಷ B. 5–10 ವರ್ಷ C. 10 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು

5. ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಹಿನ್ನಲೆ : A. ಪ್ರಾಥಮಿಕ B. ಮೆಟ್ರಿಕ್ C. ಪದವಿ D. ಅನಕ್ಷರಸ್ಥ

<u>ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಪ್ರಮುಖ ತರಕಾರಿಗಳು</u>(ಶ್ರೇಣೀಕರಿಸಿ)

6. ಬದನೆ
7. ಬೆಂಡೆ
8. ಬೂದುಕುಂಬಳ
9. ಸೌತೆ
10. ಸಿಹಿಗೆಣಸು
11. ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಯಾರಿಂದ ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವಿರಿ

    A. ಬೆಳೆಗಾರರು B. ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ

    C. ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ D. ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ

12. ತರಕಾರಿ ಬೆಳೆಗಾರರಿಗೆ ಪಾವತಿಯ ಹೊರತಾಗಿ ಇತರ ಯಾವ ನೆರವು ನೀಡುವಿರಿ?

    A. ಹಣಕಾಸು ನೆರವು B. ಬೀಜಪೂರೈಕೆ C ಗೊಬ್ಬರ

    D. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿ E. ಯಾವುದೂ ಇಲ್ಲ

13. ರೈತರಿಗೆ ತಕ್ಷಣ ಪಾವತಿ ಮಾಡುವಿರಾ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ
14. ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ವರ್ಗೀಕರಿಸುವಿರಾ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ
15. ವರ್ಗೀಕೃತ ತರಕಾರಿಗೆ ಬೇರೆಬೇರೆ ಧಾರಣೆ ವಿಧಿಸುವಿರಾ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ
16. ರೈತರಿಗೆ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಪಾವತಿಯಲ್ಲಿ ಏನಾದರು ಕಡಿತ ಮಾಡುವಿರಾ? : A. ಹೌದು B ಇಲ್ಲ
17. ಯಾವ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ಕಡಿತಮಾಡುವಿರಿ?

    A. ಕಡಿಮೆ ಗುಣಮಟ್ಟ B. ಬಲಿತ ತರಕಾರಿಗಳು

    C. ವರ್ಗೀಕರಣ/ ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಇಲ್ಲದಿರುವುದು D. ಕಡಿಮೆ ಶುಚಿತ್ವ

18. ಯಾವ ಮೂಲದಿಂದ ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸುವಿರಿ?

18a. A. ರೇಡಿಯೋ B. ದಿನಪತ್ರಿಕೆ C. ಕೃಷಿಇಲಾಖೆ D. ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಇಲಾಖೆ

18b. A. ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ B. ಇತರ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಂದ C. ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟರುಗಳಿಂದ D. ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ

19. ತರಕಾರಿ ಉತ್ಪಾದನ ವೆಚ್ಚ ಯಾವ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿದೆ?

A. ಅತ್ಯಲ್ಪ B. ಅಲ್ಪ C. ಸಾಧಾರಣ D. ಅಧಿಕ

20. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಬಗ್ಗೆ ಎಲ್ಲಿಂದ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸುವಿರಿ?

A. ನೇರ ಭೇಟಿ B. ಇತರ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ C. ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಂದ D. ರೇಡಿಯೋ

21. ಸ್ವಂತ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಳಿಗೆ ಇದೆಯೇ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ

22. ಹೌದಾದರೆ ಹೂಡಿದ ಬಂಡವಾಳ ಎಷ್ಟು?

A. ರೂ.5000 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. ರೂ.5000-10000 C. ರೂ.10000 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು

23. ಬಂಡವಾಳದ ಮೂಲ: A. ಸ್ವಂತ B. ಬ್ಯಾಂಕಿನಿಂದ C. ಇತರರಿಂದ

24. ಬಂಡವಾಳ ಬಡ್ಡಿದರ ಎಷ್ಟು?:

A. 6%ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. 6%-10%C.10% ಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ

25. ವ್ಯಾಪಾರ ಮಳಿಗೆ ಬಾಡಿಗೆಯದ್ದಾದರೆ ವಾರ್ಷಿಕ ಬಾಡಿಗೆ ಎಷ್ಟು ?

A. ರೂ.12000 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. ರೂ.12000–18000 C. ರೂ.18000ಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ

26. ವಾರ್ಷಿಕ ಪರವಾನಿಗೆ ಶುಲ್ಕ :

A. ರೂ.500 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. ರೂ.500-1000 C. ರೂ.1000 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.

27. ವಾರ್ಷಿಕ ತೆರಿಗೆ :

A. ರೂ.500 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. ರೂ.500-1000 C. ರೂ.1000 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.

28. ಮಳಿಗೆಗೆ ವಿಮೆ ಹೊಂದಿರುವಿರಾ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

29. ವಾರ್ಷಿಕ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚ :

A. ರೂ. 2000ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. 2000–5000 C. 5000ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.

30. ವಾರ್ಷಿಕ ಇತರ ವೆಚ್ಚ (ವಿದ್ಯುತ್, ನೀರು, ಇತ್ಯಾದಿ) :

A. ರೂ.10000 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. ರೂ.10000–20000 C. ರೂ.20000ಕ್ಕಿಂತ ಅಧಿಕ

31. ತರಕಾರಿಗಳನ್ನು ಆಯ್ದುಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವಿರಾ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

32. ತರಕಾರಿ ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಯಾರು ಭರಿಸುತ್ತಾರೆ?

A. ಬೆಳೆಗಾರರು B. ಗ್ರಾಮೀಣ ವ್ಯಾಪಾರಿ

C. ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ D. ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರರು E. ನಾವೇ.

33. ನೀವು ಯಾರಿಗೆ ತರಕಾರಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವಿರಿ?

A. ರಖಂ ವ್ಯಾಪಾರಿಗೆ B. ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗೆ C. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ

34. ದೈನಂದಿನ ವ್ಯರ್ಥವಾಗುವ ತರಕಾರಿ ಮೌಲ್ಯ ಎಷ್ಟು ?

A. ರೂ.100 ಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. ರೂ.100-500 C. ರೂ.500 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.

35. ಕೊಳೆತ / ಹಾಳಾದ ತರಕಾರಿ ಯಿಂದ ಆದಾಯವಿದೆಯೇ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

36. ದಿನದಲ್ಲಿ ಸರಾಸರಿ ಮಾರಾಟವಾಗುವ ಒಟ್ಟು ತರಕಾರಿ ಪ್ರಮಾಣ ಎಷ್ಟು?

A. 50 ಕಿಲೋಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ B. 50-100ಕಿಲೋ. C. 100-200ಕಿಲೋ.

D. 200ಕಿಲೋಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು.

37. ದಾಸ್ತಾನು ಮಳಿಗೆ ಹೊಂದಿರುವಿರಾ? : A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ.

38. ತರಕಾರಿ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಯಾರು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತಾರೆ?

A. ಉತ್ಪಾದಕರು B. ಗ್ರಾಮೀಣವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು

C. ಕಮಿಷನ್ ಏಜೆಂಟ್ D. ರಖಂ ಮಾರಾಟಗಾರರು

39. ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧರಿಸುವಾಗ ಯಾವ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ? (ಶ್ರೇಣೀಕರಿಸಿ)

A. ಬೇಡಿಕೆ B. ಪೂರೈಕೆ C. ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚ D. ಹಾಳಾಗುವಿಕೆ

40. ಬೆಲೆಗಳ ಏರಿಳಿತಕ್ಕೆ ಕಾರಣವೇನು? (ಶ್ರೇಣೀಕರಿಸಿ)
A. ಬೇಡಿಕೆ B. ಪೂರೈಕೆ C. ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಿಂದ D. ಹಾಳಾಗುವಿಕೆ E. ಆಮದು

41. ಯಾವ ತರಕಾರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಬೇಡಿಕೆ ಇದೆ?(ಶ್ರೇಣೀಕರಿಸಿ)

A. ಬದನೆ B. ಬೆಂಡೆ C. ಬೂದುಕುಂಬಳ D. ಸೌತೆ E. ಸಿಹಿಗೆಣಸು

42. ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘ/ ಸ್ವಸಹಾಯ ಸಂಘದ ಪ್ರವೇಶ ಅವಶ್ಯವಿದೆಯೇ? :

A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ

43. ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಇತರ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಜತೆಗೆ (ಉದಾ: ಮಲ್ಲಿಗೆ, ಹಾಲು) ಹೋಲಿಸಿರುವಿರಾ? : A. ಹೌದು B ಇಲ್ಲ

44. ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಸಾಮ್ಯ ಇದೆಯೇ? A. ಹೌದು B. ಇಲ್ಲ

45. ತರಕಾರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೇನು? (ಶ್ರೇಣೀಕರಿಸಿ)

A. ಕಡಿಮೆ ಗುಣಮಟ್ಟ B. ಅಧಿಕ ಸಾಗಾಟ ವೆಚ್ಚ

C. ಅಧಿಕ ಬೆಲೆ D. ಕಡಿಮೆ ಪೂರೈಕೆ

ತರಕಾರಿ ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ:

ಪ್ರಮುಖತರಕಾರಿಗಳು	ಯಾರಿಂದ	ಪ್ರಮಾಣ	ಬೆಲೆ	ಕಮೀಷನ್
ಬದನೆ				
ಬೆಂಡೆ				
ಬೂದುಕುಂಬಳ				
ಸೌತೆ				
ಸಿಹಿಗೆಣಸು				

ತರಕಾರಿ ಸಾಗಾಟ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ

ಪ್ರಮುಖತರಕಾರಿಗಳು	ಸಾರಿಗೆ ವಿಧಾನ	ಕ್ರಮಿಸುವ ದೂರ	ಪ್ರಮಾಣ	ಸಾರಿಗೆ ವೆಚ್ಚ	ಲೋಡಿಂಗ್ / ಅನ್‌ಲೋಡಿಂಗ್ ವೆಚ್ಚ
ಬದನೆ					
ಬೆಂಡೆ					
ಬೂದುಕುಂಬಳ					
ಸೌತೆ					
ಸಿಹಿಗೆಣಸು					

ಮಾರಾಟ ವಿಧಾನದ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ:

ಪ್ರಮುಖತರಕಾರಿಗಳು	ಯಾರಿಗೆ	ಪ್ರಮಾಣ	ಬೆಲೆ	ಒಟ್ಟುಮೌಲ್ಯ	ವ್ಯರ್ಥ/ಹಾಳಾಗುವಿಕೆ/ ಕೊಳೆಯುವಿಕೆ
ಬದನೆ					
ಬೆಂಡೆ					
ಬೂದುಕುಂಬಳ					
ಸೌತೆ					
ಸಿಹಿಗೆಣಸು					

049345

AKSHARA GRANTHALAYA

ACC.NO. 049345

454